FRÉDÉRIC

BEIGBEDER

Publicitatea este o tehnică de intoxicare a creierului. Frédéric Beigbeder

FUNKY FICTION

PANDORA M

FRÉDÉRIC BEIGBEDER

29.9 RON

traducător MARIE-JEAN VASILOIU

99 francs (14,99 euro)

„Desigur că nu există nici un motiv pentru ca noile regimuri totalitare să semene cu cele vechi. Guvernarea prin intermediul bâtei și al plutoanelor de execuție, al înfometării forțate, al întemnițărilor și al deportărilor în masă este nu numai inumană (dar de asta nu prea se sinchisește nimeni, în ziua de azi), ci se poate demonstra că este și ineficace, iar într-o eră a tehnologiei avansate ineficacitatea este un păcat împotriva Sfântului Duh. Un stat totalitar cu adevărat „eficient" ar fi acela în care atotputernicul comitet executiv al șefilor politici și al armatei lor de directori ar avea putere deplină asupra unei populații de sclavi pe care ar fi inutil s-o constrângă, pentru că și-ar iubi servitutea. A-i face s-o iubească: iată misiunea pe care statele totalitare de astăzi o dau ministerelor propagandei, redactorilor șefi ai ziarelor și profesorilor de școală".

ALDOUS HUXLEY, Cea mai bună dintre lumi, 1946 (noua prefață)

„Ni se dictează Dorințe ce ne-ndurerează"

ALAIN SOUCHON, Gloata sentimentală, 1993.

„Capitalismul i-a supraviețuit comunismului. Nu-i mai rămâne decât să se auto-devoreze"

CHARLES BUKOWSKI, Căpitanul a plecat la masă, iar marinarii au pus mâna pe vapor, 1998

• I •
Eu •

„Ceea ce nu poate fi schimbat, trebuie să fie măcar descris”
RAINER WERNER FASSBINDER

▫ 1 ▫

Totul e provizoriu: dragostea, arta, planeta Pământ, voi, eu. Moartea e atât de inevitabilă, încât îi ia pe toți prin surprindere. Cum poți ști dacă ziua asta nu e ultima? Crezi că ai tot timpul. Și, pe urmă, dintr-o dată, s-a zis, te îneci, sfârșitul timpului regulamentar. Moartea este singură întâlnire pe care nu o ai notată în agendă.

Totul se cumpără: dragostea, arta, planeta Pământ, voi, ei. Scriu cartea asta ca să fiu pus pe liber. Dacă aș demisiona, n-aș primi despăgubiri. Trebuie să tai craca pe care mi s-a instalat confortul. Libertatea mea se cheamă ajutor de șomaj. Prefer să fiu concediat de o instituție decât de viață PENTRU CĂ MI-E FRICĂ. În jur, colegii mei cad ca muștele: sincopă în piscină, supradoză de cocaină deghizată în infarct miocardic, prăbușire cu avionul personal, tumbe cu decapotabilă. Or, în noaptea asta, am visat că mă înecam. M-am văzut dându-mă la fund, mângâind, cu plămânii plini de apă, calcanii. În depărtare, pe plajă, mă strigă o femeie frumoasă. Nu-i puteam răspunde fiindcă aveam gura plină cu apă sărată. Mă înecam, însă nu strigăm după ajutor. Și toată lumea din mare făcea la fel. Toți înotătorii se scufundau fară să strige după ajutor.

Cred că a venit timpul să las totul baltă, pentru că nu știu să mai plutesc.

Totul e provizoriu, totul se cumpără. Omul e un produs ca și celelalte, cu un termen de garanție. Iată de ce am hotărât să mă pensionez la 33 de ani. Se pare că asta e vârsta ideală pentru a reînvia.

▫ 2 ▫

Prenumele meu este Octave și mă îmbrac la APC. Lucrez în publicitate: ei da, poluez universul. Sunt tipul care vă vinde rahat. Ăla de vă face să visați la lucruri pe care n-o să le aveți niciodată. Cer veșnic albastru, gagici care nu-s niciodată nasoale, o fericire perfectă, retușată pe PhotoShop. Imagini bibilite, muzică ultimul răcnet. Când veți reuși, economisind la sânge, să vă trageți mașina visurilor voastre, cea pe care am promovat-o în ultima mea campanie, eu o voi fi trecut deja la demodate. Am un avans de trei puncte și am eu grijă întotdeauna să vă frustrez. Glamour[1] este o țară unde nu ajungi niciodată. Vă droghez cu noutatea, iar avantajul noutății e că niciodată nu rămâne nouă. Există întotdeauna o noutate proaspătă, care s-o învechească pe precedenta. Apostolatul meu e să fac să vă curgă balele. În profesia mea, nimeni nu vă dorește fericirea, pentru că oamenii fericiți nu consumă.

Suferința voastră îngrașă comerțul. În jargonul nostru, a fost botezată „decepția post-cumparare". Vă trebuie de urgență un produs, dar de îndată ce-l posedați, vă trebuie altul. Hedonismul nu înseamnă umanism: este profit. Deviza lui? „Cheltuiesc, deci exist". Dar, pentru a crea necesitați, trebuie să ațâț gelozia, durerea, nesațul: astea-mi sunt munițiile. Iar ținta îmi sunteți voi.

Îmi petrec viața mințindu-vă și, pentru asta, sunt răsplătit din gros. Câștig 13000 de euro (fară să pun la socoteală notele de cheltuieli, mașina de serviciu, stock-options și parașuta golden). Moneda euro a fost inventată

ca să facă salariile bogaților de șase ori mai puțin indecente. Cunoașteți oare mulți tipi de vârsta mea care să câștige 13K-euro? Vă manipulez și sunt cadorisit cu noul Mercedes SLK (cu acoperișul lui care intră automat în portbagaj) sau cu BMW Z3 sau cu Porsche Boxter sau cu Mâzda MX5. (Personal, am o slăbiciune pentru roadsterul BMW Z3 care îmbină estetismul aerodinamic al caroseriei cu puterea, grație celor șase cilindri în linie, care dezvoltă 321 de cai-putere, ceea ce îi permite să treacă de la zero la 100 km pe oră în 5,4 secunde. Ca să nu mai spun că mașina asta seamănă cu un supozitor gigantic, tocmai potrivit ca să-l înfigi în curul Terrei.

Vă întrerup filmele la televizor, ca să-mi impun logo-urile și mi se plătesc concedii la Saint Barth, Lamu, Phuket sau Lascabanes (Quercy). Vă pisez cu sloganurile mele în revistele voastre preferate și mi se oferă o fermă provensală sau un castel în Perigord sau o vilă corsicană sau un domeniu în Ardèche sau un palat marocan, sau un catamaran antilez sau un iaht la Saint Tropez. Eu Sunt Peste Tot. Nu-mi veți scăpa. Oriunde v-ați arunca ochii, tronează publicitatea mea. Vă interzic să vă plictisiți. Vă împiedic să gândiți. Terorismul noutății îmi folosește ca să vând vidul. Întrebați-l pe orice surfer: ca să te ții la suprafață, este indispensabil să ai un gol dedesubt. A face surf înseamnă a aluneca pe un hău căscat (adepții Internetului știu asta la fel de bine ca și campionii de la Lacanau). Eu decretez ce este Adevărat, ce este Frumos, ce este Bun. Eu conduc castingul manechinelor care, peste șase luni, o să vă facă scula bat. Tot văzându-le puse pe panouri, ajungeți să le botezați top-modele; fătuțele mele vor traumatiza orice femeie care are peste 14 ani. Îmi veți idolatriza opțiunile. Iarna asta, sânii vor trebui să fie mai sus de umeri și fofoloanca despădurită. Cu cât mă joc cu subconștientul vostru, cu atât veți fi mai supuși. Dacă laud un iaurt pe

pereții orașului vostru, vă garantez că o să-l cumpărați. Credeți că aveți discernământ, dar într-o zi sau alta veți recunoaște produsul meu în rafturile unui supermagazin și-l veți cumpăra, doar așa, ca să-l gustați, credeți-mă, îmi cunosc eu schema.

Mmm, ce bine e să vă pătrund în creier. Juisez în emisfera voastră dreaptă. Dorința nu va mai aparține: v-o impun pe a mea. Vă interzic să doriți la întâmplare. Dorința voastră este rezultatul unei investiții care se calculează în miliarde de euro. Eu sunt cel ce hotărăște azi ceea ce veți vrea mâine.

Toate astea probabil că nu vă fac să mă priviți cu prea multă simpatie. În general, când începi o carte, trebuie să faci în așa fel încât să fii atractiv, dar eu nu vreau să maschez adevărul: nu sunt un narator amabil. În realitate, aș fi mai curând genul mare japița, care face zob tot ce atinge. Idealul ar fi să începeți să mă detestați, înainte de a detesta și vremurile care m-au creat.

Nu e oribil să vezi cât de normală pare să fie situația asta pentru toată lumea? Mă dezgustați, sclavi amarați, supuși capriciilor mele, celor mai mărunte. De ce m-ați lăsat să devin Regele Lumii? Aș vrea să pricep și eu misterul: cum de a fost încoronata publicitatea că Împărăteasa, la apogeul unei epoci pline de cinism? De două mii de ani încoace, nici un alt cretin iresponsabil n-a fost mai puternic ca mine.

Aș vrea să las baltă totul, să plec de aici cu mălaiul, să iau niște droguri și niscaiva curve pe un jaf de insulă pustie. (Le-aș privi, cât e ziua de lungă, pe Soraya și pe Tamara cum își perfecționează digitația lustruindu-mi făcălețul). Dar n-am eu atâta sânge-n vine ca să demisionez. De aia scriu cartea asta. Condamnarea îmi va îngădui să fug din această închisoare aurită. Fie-vă milă,

sunt dăunător, opriți-mă până nu e prea târziu! Atingeți-mă cu un sutar și spăl puțină, jur pe ce am mai sfânt! Ce pot face eu, dacă omenirea a ales să-l înlocuiască pe Dumnezeu cu produsele de larg consum?

Zâmbesc pentru că s-ar putea întâmpla că, la apariția cărții, în loc să fiu dat afară în brânci, să fiu promovat. În lumea pe care o voi descrie, critică este digerata, insolenta încurajata, delațiunea remunerată, diatriba organizată. Se va decerna, că mâine, Nobelul pentru Provocare, iar eu voi fi un candidat greu de învins. Revolta face parte din joc. Dictaturile de altădată se temeau de libertatea de exprimare, cenzurau contestația, închideau scriitorii, ardeau cărțile controversate. Timpurile de glorie ale oribilelor arderi pe rug permiteau să se facă distincția dintre buni și răi. Totalitarismul publicitar este mult mai abil în a se spăla pe mâini. Acest fascism și-a învățat lecția din ratările anterioare (Berlin – 1945 și Berlin – 1989: la urma urmei, de ce toate formele de barbarie și-au găsit sfârșitul în același oraș?).

Pentru a aduce omenirea în sclavie, publicitatea a ales discreția, diplomația, persuasiunea. Trăim în primul sistem de exploatare a omului de către om împotriva căruia până și libertatea este neputincioasă. Din contră, el mizează totul pe libertate, asta e cea mai mare găselnița a lui. Orice critică îi conferă rolul pozitiv, orice pamflet întărește iluzia tolerantei sale mieroase. Va supune cu eleganță. Totul e îngăduit, nimeni nu vine să te porcărească dacă dai totul cu cracii-n sus. Sistemul și-a atins scopul: însăși nesupunerea a ajuns o formă de supunere.

Destinele noastre frânte sunt frumos puse în pagina. Sunt sigur că până și voi, cei ce citiți această carte, vă spuneți: „Ce drăgălaș e pustulache asta care dă cu bâta-n baltă, hai, la coteț, că și tu ești prins la înghesuială aici ca toți ceilalți, ai să-ți plătești impozitele la fel ca toată

lumea”. Nu-i chip să ieși din asta. Toate ușile își sunt închise în nas, cu zâmbetul pe buze. Ești încolțit cu credite de rambursat, cu rate, cu chirii de plătit. Ai cumva îndoieli? Afară, milioane de șomeri așteaptă să eliberezi locul. Poți să faci gât până nu mai poți, Churchill a dat deja răspunsul. A spus: „este cel mai rău sistem, cu excepția tuturor celorlalte”. Nu ne-a luat pe nepusă masă. N-a zis cel mai bun; *cel mai rău!*

▫ 3 ▫

În dimineața asta, la ora 9, am mic-dejunat cu Directorul de Marketing al Departamentului Produse Proaspete de la *Madone*, unul dintre cele mai mari grupuri agro-alimentare din lume (84.848 miliarde de franci, cifra de afaceri, în 1998, adică 12.395 miliarde de euro), într-un buncăr de oțel și sticla decorat à la Albert Speer. Ca să intri înăuntru, trebuie să știi parola: imperiul iaurtului se afla sub strictă securitate. Niciodată n-au fost mai bine apărate produsele lactate. Nu mai lipsește decât termenul de garanție al prospețimii înscris deasupra ușilor automate. Mi-au păsat o cartelă magnetică de acces la lifturi, apoi, am trecut prin niște turnichete cu bare metalice, ca la metrou, și, dintr-o dată, m-am simțit hiperimportant, ca și cum m-aș fi dus în vizită la Președintele Republicii, când, de fapt, mă duceam doar să-l văd pe un bătrân în cămașa cu dungulițe. În lift, mi-am recitat un catren de Michel Houellebecq:

„Se-ndreaptă șefii spre calvare, În ascensoare de nichel;
Le văd trecând pe secretare, Care-și mai pun puțin rimel”.

Mi se pare haios cât cuprinde să mă simt în interiorul unui poem rece.

Ce-i drept, dacă mă gândesc bine, reuniunea din dimineața asta era, fără îndoiala, mai importantă decât o

întrevedere cu șeful Statului. Era cea mai importantă reuniune din viața mea, pentru că a decis toate câte au urmat.

La etajul 8 al *Madonei*, toți șefii de produs poarta cămăși cu dungulițe și cravate imprimate cu niște animăluțe. Directorul de Marketing își terorizează asistentele grăsane, care, din cauza asta, fac retenție de apă. Numele lui e Alfred Duler. Alfred Duler își începe toate ședințele cu aceeași frază: „Noi nu suntem aici pentru plăcerea noastră, ci pentru plăcerea consumatorului". Ca și cum, consumatorul ar fi cineva de altă rasă – un „untermensch[2]"? Când îl aud, îmi vine să vomit: pentru cineva care șmotruiește în alimentație, este ceva sâcâitor. Mi-l imaginez dimineața, în timp ce se râde, își înnoadă cravata, își traumatizează copiii cu damful care-i iese din gură, asculta **France-Info**, dat al dracu' de tare, citește **Les Echos**, bându-și cafeaua de-a-n picioarelea, în bucătărie. Nu se mai atinge de nevastă-sa din 1975, dar nici măcar n-o înșală (ea, da). Nu citește decât o carte pe an și, pe deasupra, una de Alain Duhamel. Își pune hantele, crede în mod sincer că joacă un rol crucial în sânul holdingului sau, deține un Mercedes baban, care face vruum-vruum în ambuteiaje, și un celular Motorola care bipăie în tocul lui agățat deasupra radioului Pioneer, care difuzează mesaje pentru Casto-Casto-Castorama. *Mammouth* strivește prețurile. Alegeți just alegeți But. Este convins că revenirea la creșterea economică este o veste bună, când, de fapt, creșterea înseamnă doar o producție din ce în ce mai inutilă, „o imensă acumulare de mărfuri" (Karl Marx), un munte de obiecte suplimentare, înălțat ca să ne îngroape. Crede. Asta a învățat în școala Superioară: în Creștere vei Crede. Să producem milioane de tone de produse stivuite și vom fi fericiți! Slava expansiunii care face să lucreze

uzinele care fac expansiunea să urce! În nici un caz să nu ne oprim pentru a gândi!

Stăm într-o sală de ședințe verde-albăstruie, așa cum găsești în toate clădirile de afaceri din lume, în jurul unei mese mari și ovale cu pahare de suc de portocale puse pe ea și cu o sclavă – secretara care aduce, plecându-și ochii, un termos cu cafea, în mirosul de transpirație al ședințelor târzii din ajun.

Duler începe reuniunea precizând că „tot ceea ce se va discuta aici este confidențial; la această întâlnire nu vor exista însemnări scrise; suntem în reuniune de criză; va trebui să vedem ce e cu recumpararea, dar sunt puțin îngrijorat din cauza rotațiilor; un concurent lansează un me-too[3], cu o campanie mare; conform unor surse ce concorda, ar avea intenția să ne ciupească niște părți din piață; ne consideră atacați". Într-o fracțiune de secundă, toți participanții așezați la masa încep să-și încrunte sprâncenele. Mai lipsea doar căștile kaki și hărțile de stat major, ca să te simți în **Ziua cea mai lungă**.

După comentariile meteorologice de rigoare, Jean-François, Directorul Serviciului Clientela din agenția noastră ia cuvântul pentru a rezuma reuniunea de lucru, în timp ce proiectează pe perete cu retroproiectorul scheme pe folie transparentă.

— Așadar, v-am arătat un script de treizeci de secunde, pentru apărarea produsului **Maigrelette** împotriva atacului distribuitorilor me-too. Reamintesc obiectivul strategic pe care ni l-am fixat în reuniunea precedentă: „Într-o piață în curs de erodare, **Maigrelette** inovează și dorește să ofere o viziune nouă a brânzei albe, mulțumită unui nou pack ergonomic".

Își ridică nasul din fise și schimbă folia transparentă. Pe perete, se poate citi, *în bold*, ceea ce urmează:

„O constatare atenuantă (urmare): Emoțional, Gurmand/irezistibil, Plăcere/Fashion.

MAIGRELETTE – Suplețe/Frumusețe, Sănătos/hrănitor, Rațional”.

Și cum nimeni nu ciripește, continua să parafrazeze ceea ce a fost scris, în Word 6, de către asistentă lui (al cărei copil tocmai se pricopsea cu o otită în creșă municipală).

— Așa cum am hotărât pe 23, cu Luc și cu Alfred, gândirea noastră s-a întemeiat pe beneficiul conso: „Cu Maigrelette, rămân suplă, dar, în plus, mănânc inteligent, mulțumită vitaminelor sale și aportului de calciu”. În privința acestui sector, foarte aglomerat, brand review ne-a arătat că trebuie mizat, într-adevăr, pe un dublu insight: frumusețe și sănătate. **Maigrelette** e bună pentru corpul și spiritul meu. Capul și picioarele, adică ha ha.

Acest discurs este fructul cugetării departamentului planning strategic (două cvadragenare depresive) și al subșefilor săi de publicitate (ieșiți de la Sup de Co Dijon[4]). Discursul se supune mai ales dorințelor și gusturilor clientului și servește drept argument scenariului pe care l-am luat aseară. Aici, Jef se oprește din râs, căci se simte întrucâtva singur. Și își continua dânsul din buric:

— Am găsit un concept unificator, care, cred eu, alipindu-se la copy-strat, ne permite cu adevărat să oferim un maximum de impact promisiunii făcute de produs, mai ales la nivelul codului vizual. Așa. Ei bine, îi dau cuvântul lui Octave.

Dat fiind că Octave sunt eu, vezi bine că-s obligat să mă ridic și să povestesc proiectul de film, într-o liniște mormântala, arătând storyboard-ul de douăsprezece imagini color desenate de un machetist supraremunerat.

— Bun, păi, uite: suntem pe plaja din Malibu, California. E o vreme superbă. Două blonde splendide aleargă pe nisip într-un costum de baie roșu. Deodată, una îi spune celeilalte: „Exegeza onomastică este împiedicata de redhibitoriul hermeneutic”. Cealaltă îi răspunde: „Fii atentă totuși să nu cazi în paronomaza ontologică”. În acest timp, doi surferi bronzați se iau la hartă, în ocean: „știai că în **Ecce Homo**, Nietzsche îi aduce nataței un elogiu absolut hedonist?” Celălalt i-o întoarce foarte supărat: „Ba deloc, el apăra doar conceptul de «Sănătate Robustă» ca solipsism alegoric!”. Revenim pe plajă, unde cele două fete scriu acum pe nisip ecuații matematice. Dialog: „Dacă se ia ca ipoteza că rădăcină cubică a lui **X** variază în funcție de infinit...” „Da, spune cealaltă, n-ai decât să subîmparți totalul care va tinde către asimptota”.

Filmul se încheie cu un plan al bărcuței **Maigrelette**, cu aceasta inscripție: „MAIGRELETTE. SUBȚIRIMEA TE FACE INTELIGENT”.

Tăcerea continua să fie tăcută, Directorul de Marketing își privește șefii de producție, care iau note, pentru a evita să-și spună părerea. Jean-François încearcă, fără convingere, un număr de step:

— Bineînțeles, la urma urmei e signaleticul „mon *Madone”*, fără îndoiala. Aaa... Ne-am zis că ar fi interesant să luăm niște simboluri ale supleții și să le arătăm în timp ce au conversații foarte intelectuale... Pe lângă asta, trebuie să se știe că sporturile *outdoor* devin din ce în ce mai *mainstream*. Bun, și, pe urmă, ar fi variante posibile: niște purtătoare ale titlului Miss France în toiul unei dispute din domeniul geopoliticii, mai ales cu privire la tratatul de la Brest-Litovsk (1918); băieții de la Chippendales, în fundul gol, discutând, în timp ce își joacă mușchii, despre nuditate ca eliberare corporală și negare a alienării post-moderne etc. Haios, nu?

Subșefii încep să ia cuvântul pe rând, pentru a face comentarii: „îmi place la nivel mediu”, „ader mai degrabă”, „nu-s hiperconvins, chiar dacă am prins bine ideea”, „e o pistă de investigat”... De remarcat că fiecare participant repetă cu exactitate, asemenea unui papagal, ceea ce a spus subalternul lui. Până în momentul în care vorbește Duler. Marele șef nu e de acord cu subalternii săi:

— De ce să mizăm pe umor?

La urma urmei, Alfred Duler are dreptate: în locul lui, nici eu n-aș râde. Stapânindu-mi greață, încerc să argumentez:

— Este bun pentru marca dumneavoastră. Umorul va face simpatic. Și este excelent pentru memorizare. Consumatorii își aduc aminte mai bine de ceea ce îi face să râdă: își povestesc glumă, după aceea, la mese, în birouri, în curțile de recreație. Uitați-vă la comediile care rulează în momentul ăsta. Oamenii care se duc la cinema vor să se distreze un pic...

Alfred Duler lasa, atunci, să cadă această frază nemuritoare:

— Da, dar după aia nu mănâncă pelicula.

Îi cer scuze, pentru a merge la toaletă și mă gândesc. Tu, rahat cu moț, te-ai învârtit de un loc în cartea mea. Ai să apari acolo într-un loc de seamă. Chiar din capitolul trei. „ALFRED DULER E UN RAHAT CU MOȚ”.

Orice scriitor e un ciripitor. Orice literatură e o delațiune. Nu văd care e interesul în a scrie cărți, dacă nu ăla de a cârâi. S-a întâmplat să fiu martorul unui anumit număr de evenimente și, pe deasupra, am cunoscut un editor destul de nebun pentru a-mi permite să le povestesc. La început, nu am cerut nimic. M-am pomenit prins între o mașinărie care zdrobea tot ce întâlnea și n-am pretins niciodată că voi izbuti să scap nevătămat. Căutam peste tot

să aflu cine are puterea de a schimba lumea, până în ziua când am băgat de seamă că poate eu eram acesta.

▫ 4 ▫

În mare, ideea lor era să distrugă pădurile, pentru a le înlocui cu automobile. Nu era un proiect conștient și gândit; era ceva mult mai rău. Nu știai câtuși de puțin încotro se duc, dar mergeau fluierând: după ei, potopul (sau, mai degrabă, ploile acide). Pentru prima oară în istoria planetei Terra, oamenii din toate țările aveau același scop: să câștige destui bani pentru ca să poată semăna cu un afiș publicitar. Restul avea o importanță secundară, ei n-ar mai fi fost de fată ca să suporte consecințele.

O mică precizare. Nu-mi fac autocritica și nici o psihanaliza publică. Scriu confesiunea unui copil al mileniului. Când folosesc termenul „confesiune", o fac în sensul catolic al cuvântului. Vreau să-mi mântui sufletul înainte de-a o roi. Amintesc că „va fi mai multă bucurie în ceruri pentru un singur păcătos care se căiește, decât pentru nouăzeci și nouă de drepți care n-au nevoie de căință". (Evanghelia Sfântului Luca). De acum, singura persoană cu care accept să închei un contract pe durata nelimitată e Dumnezeu.

Țin să se ia aminte că am încercat să rezist, chiar dacă știam că participarea mea la reuniuni însemna deja o colaborare. Chiar dacă nu faci nimic altceva decât să te așezi la masa lor, în sălile lor morbide, de marmură, cu aer condiționat, asta înseamnă deja că participi la distrugerea generală a creierului. Vocabularul lor belicos îi dă de gol: vorbesc de **campanii**, de **ținte**, de **strategii**, de **impact**. Planifica **obiective**, un **prim val**, un al **doilea val**. Se tem de **canibalizare**, refuza să se lase **vampirizați**. Am auzit că la Marș (fabricantul batoanelor de ciocolată care poartă

numele zeului războiului), anul este divizat în 12 perioade a câte 4 săptămâni; nu zic 1 aprilie, ci „P4 S1”! Sunt pur și simplu niște militari care fac al Treilea Război Mondial. Dați-mi voie să vă amintesc că, dacă publicitatea este o tehnică de intoxicare a creierului inventată în 1899 de americanul Albert Davis Lasker, ea a fost dezvoltată cu multă eficacitate de un anume Joseph Goebbels, în anii 1930, pentru a convinge poporul german să-i ardă pe toți evreii. Goebbels a fost un copywriter emerit: „DEUTSCHLAND ÜBERALLES”, „EIN VOLK, EIN REICH, EIN FÜHRER”, „ARBEIT MACHT FREI”[5]... Să țineți bine minte: cu publicitatea nu e de glumit.

Între a consuma și a nimici nu e mare diferență.

La un moment dat, am crezut că puteam fi ca rotita din angrenaj. Rebelul din pântecul încă fecund al bestiei; soldatul infanterist din **global market place**. Îmi spuneau: „nu poți deturna un avion fără să te urci în el; lucrurile trebuie schimbate din interior, așa cum zicea Gramsci”. (Gramsci e mai tare ca Trotski, dar propovăduiește același entrism[6],). I-aș fi putut cita la fel de bine pe Tony Blair sau pe Daniel Cohn-Bendit). Asta mă ajuta să îndeplinesc treburile murdare. În fond, studenții din '68 au început prin a face revoluția, apoi au intrat în publicitate; eu, unul, voiam să fac invers.

Mă imaginam că pe un soi de Che Guevara liberal, un revoltat în costum Gucci. Ia uite, eram Sub-comandatul Gucche! Viva el Gucche! Excelentă marcă. Foarte bună memorizare. Două probleme la nivel de percepție:

1) sună ca „Duce”

2) cel mai mare revoluționar al secolului XX nu e Che Guevara, ci Mihail Gorbaciov.

Seara, întors în uriașul meu apartament, câteodată adormeam cu greu, gândindu-mă la cei fără adăpost. De

fapt, „zăpada” mă ținea treaz. Gustul ei metalic îmi venea pe gât. Mă masturbam în baie, înainte de a înghiți un Stilnox. Mă trezeam pe la prânz. Nu mai aveam femeie.

Cred că, în fond, voiam să fac bine în jurul meu. N-a fost posibil din două motive: pentru că mi s-au pus piedici și pentru că am abdicat. Întotdeauna, tocmai oamenii animați de cele mai bune intenții devin niște monștri. Astăzi știm că nu se va schimba nimic, e imposibil, e prea târziu. Nu poți lupta cu un adversar omniprezent, virtual și nedureros. Spre deosebire de Pierre de Coubertin, eu aș zice că, astăzi, esențialul este de a nu participa. Trebuie să speli puțină ca Gauguin, Rimbaud sau Castaneda, asta-i tot. Să pleci pe o insulă pustie cu Angelica, cea care unge cu ulei sânii Julianei care îți înghite paloșul. Să-ți cultivi grădina de marijuana, nădăjduind doar că vei muri înainte de sfârșitul lumii. Mărcile au câștigat al Treilea Război Mondial împotriva oamenilor. Particularitatea celui de-al Treilea Război Mondial este ca toate țările l-au pierdut **în același timp**. Vă anunț un scoop[7]: David nu-l bate niciodată pe Goliat. Am fost naiv. Candoarea nu e o calitate cerută în această breaslă. Am picat de fazan. De altfel, asta e singura mea trăsătură comună cu voi.

▫ 5 ▫

Mi-am borât cele douăsprezece cafele în toaleta de la Madone Internațional, apoi am luat o priză, ca să mă pun pe picioare. Mi-am dat cu apă rece pe față, înainte de-a mă întoarce la ședință. Nu-i de mirare că nimeni din domeniul publicității nu vrea să lucreze pentru Madone. Nu-i floare la ureche. Dar aveam și alte scenarii de rezervă: le-am propus o pastișă – după **Dame nostime –** cu trei femei frumoase care se zbenguie țintind aparatul de filmat cu pistolul, pe o muzică soul din anii '70; îi opresc pe răufăcători recitându-

le poezii de Baudelaire (ajutându-se cu prize de judo, lovituri de picior kung-fu, rostogoliri și salturi); apoi, una dintre ele privește drept în obiectiv, în timp ce răsucește brațul unui sărman gangster care geme de durere; apoi, strigă:

— N-am fi putut îndeplini misiunea fără **Maigrelette 0%**, cu fructe. Pentru a fi în formă fizică și mentală!

Această propunere n-a fost mai încoronata de succes decât următoarele: o parodie structuralista după un film indian, niște James Bond Girl la psihanalist, un remake după **Wonderwoman** de Jean-Luc Godard, o conferință a Juliei Kristeva filmată de David Hamilton.

Prostul satului global își continua critica violență la adresa umorului:

— Voi, ăștia de la creație, vă credeți artiști, nu vă gândiți decât să câștigați premii la Cannes, dar eu am de dat socoteală, sunt în POM cu chestia asta, trebuie să scap de producția pe stoc, există niște imperative, mă înțelegi, Octave, îmi ești foarte simpatic, glumele tale mă amuză, dar eu nu sunt gospodina sub cincizeci de ani, noi lucrăm cu piața, trebuie să facem abstracție de propriul nostru mod de a gândi și să ne adaptăm țintei, să ne gândim la raioanele[8] din magazin din Vesoul...

— Veneția, i-am ripostat. Lăsați gondolele[9] la Veneția.

Tipul de la Procter n-a râs. S-a ambalat într-o apologie a testelor. Ajutorii de băgători de seamă cu cravată la gât continuau să mâzgălească în blocnotesuri:

— Am strâns douăzeci de cumpărătoare, iar acestea n-au prins nimic din aiurelile tale: nu ne-au putut restitui nimic. Ce vor ele e informația, să le arăți produsul și prețul, punct. Și pe urmă, aici, unde mi-e cheia vizuală? Ideile tale creative sunt foarte drăguțe, dar eu, unul, sunt producător de detergenți, am nevoie de ceva de declarat pe PLV. Și cum

îmi fac publicitatea pe Internet? Americanii sunt deja pe cale de-a inventa „spam”-ul, adică expedierea de promo-uri prin e-mail și dumneata încă gândești ca în secolul XX! Asta n-am s-o înghit! Eu, unul, am făcut școala detergentului! Terenul, numai asta e realitatea! Așa că sunt gata să cumpăr ceva uimitor, dar ținând cont de constrângerile noastre!

Am făcut tot ce am putut ca să-mi păstrez calmul:

— Domnule, dați-mi voie să vă pun o întrebare: cum vreți să vă uimiți consumatoarele, dacă le cereți părerea înainte? Oare dumneavoastră vă întrebați cumva soția ce surpriză să-i faceți de ziua ei?

— Soția mea detesta surprizele.

— De-aia s-a măritat cu dumneavoastră?

Pe Jean-François l-a apucat tusea.

Degeaba îi zâmbeam politicos lui Duler, căci nu-mi puteam lua gândul de la fraza lui Adolf Hitler: „Dacă doriți simpatia maselor, trebuie să le spuneți lucrurile cele mai stupide și mai gogonate”. Disprețul ăsta, ura asta față de popor considerat ca o entitate vagă... Uneori, am impresia că, pentru a-i obliga pe consumatori să se îndoape cu produsele lor, industriașii ar fi în stare să scoată iar de la naftalină vagoanele de animale. Aș putea îndrăzni să mai dau alte trei citate? „Ceea ce căutăm noi nu este adevărul, ci efectul realizat”. „Propaganda încetează de-a mai fi eficace în momentul în care prezența ei devine vizibilă”. „Cu cât e minciună mai sfruntată, cu atâta prinde mai repede”. Sunt din Joseph Goebbels (iar el).

Alfred Duler își continua diatriba:

— Anul ăsta avem ca obiectiv să ne descotorosim de 12000 de tone de marfă. Fetele astea, care aleargă pe plaja făcând filosofie, sunt o chestie prea intelectuală, sunt bune la Café de Flore (cafenea pariziană, preferata lui Emil

Cioran. N.red.), dar consumatoarea lambada o să se uite că mâța-n calendar! Cât despre faptul că pomenești de **Ecce Homo**, știu despre ce e vorba, dar, la marele public, asta risca să apară nițel homo! Nu, pe cuvânt, trebuie să mai lucrați la chestia asta, îmi pare rău. Știți, Procter are un dicton: „Nu-i luați pe oameni de tâmpiți, dar nu uitați niciodată ca asta sunt".

— E îngrozitor ceea ce spuneți! Asta înseamnă că democrația duce la autodistrugere. Cu genul ăsta de maxime va fi adus fascismul înapoi: se începe prin a spune că poporul e tâmpit și, apoi, prin a-l suprima.

— Oh! Doar n-ai să ne spui acum povestea cu copywriter-ul rebel! Aici vindem, iaurt, nu facem revoluție; ce-i cu el astăzi? Aseară nu te-au lăsat presarii să te duci acasă, așa-i?

Atmosfera se încinsese. Jean-François a încercat să schimbe vorba:

— Dar, zău așa, decalajul dintre fetele astea sexi și discuția despre hermeneutica platoniciană... exprima tocmai ceea ce vreți să reiasă: frumusețe și intelect... nu?

— Fraza e prea lungă pentru a fi pusă pe o prelată de camion, a tranșat unul dintre zbirii ochelariști.

— Aș putea să vă amintesc principiul publicității: crearea unui decalaj umoristic (ceea ce, în jargonul nostru, se cheamă „salt creativ"), creând astfel o complicitate ce permite vânzarea mărcii? De altfel, pentru niște așa numiți procterieni strategia dumneavoastră e mai degrabă șchioapă, iertați-mă: suplețe și inteligență, ca „unique selling proposition[10]", e prea de tot!!

Jean-François mi-a făcut semn să nu mai insist. A fost cât pe ce să propun „Madone über alles", ca slogan, dar m-am dezumflat. O să credeți că le cam exagerez, că nu e chiar așa de grav. Dar uitați-vă ce miză are mică ședință din

dimineața asta. Nu e numai o prezentare de campanie oarecare: e o reuniune mai importantă decât acordul de la München. (În 1938, la München, niște șefi de stat, un francez și un englez, Edouard Daladier și Neville Chamberlain, au abandonat Cehoslovacia în mâna naziștilor, uite-așa, pe un colț de masă). Sute de reuniuni ca aceasta, de la Madone, abandonează, în fiecare zi, lumea. Mii de acorduri de la München cotidiene! Ceea ce se petrece acolo este esențial: moartea ideilor, interzicerea schimbării. Ești în fața unor indivizi care disprețuiesc publicul, care vor să-l mențină într-o stare de cumpărare stupidă și condiționată. În mintea lor, se adresează „tipei afectată de mongolism cu vârsta sub cincizeci de ani". Tu încerci să le propui ceva amuzant care să-i tragă în sus, pentru că e o chestie de politețe, când întrerupi un film la televizor. Și ți se pun piedici. Iar povestea se repeta mereu, tot timpul, în fiecare zi, mereu... Mii de capitulari zilnice, cu coada între picioare, în costume de tergal. Mii de „lase consolări" zilnice. Încetul cu încetul, aceste sute de mii de ședințe prăpădite pun la cale triumful tâmpeniei calculate și care-și bat joc de simplă și naivă căutare a progresului uman. Ideal vorbind, în democrație ar trebui să existe dorința de a folosi formidabila putere a comunicării pentru că mentalitățile să fie urnite, în loc să fie strivite. Ceea ce nu se întâmpla niciodată, pentru că persoanele care dispun de această putere prefera să nu-și asume riscuri. Cei ce comanda reclamele vor dumicatul gata mestecat, vor pre-testări, vor să vă transforme în oi, nu glumesc, o să vedeți că, într-o zi, o să vă tatueze pe mâna un cod de bare. Știu ei ca singura voastră putere este cardul albastru. Au nevoie să vă împiedice să faceți o alegere. Trebuie să vă transforme actele gratuite în acte de cumpărare.

Rezistenta la schimbare este prezentă în modul cel mai violent în toate sălile astea impersonale de ședințe. Sufletul

imobilismului se afla în acest imobil, între acești mici reprezentanți ai conducerii, cu mătreața și talonete. Ei sunt centrul lumii! Oamenii politici nu mai controlează nimic; economia e cea care guvernează. Marketingul e perversiunea democrației: orchestra e cea care îl conduce pe dirijor. Sondajele sunt ele care fac politică, testele sunt cele care fac publicitatea, eșantioanele de populație sunt cele care aleg discursurile difuzate la radio, „sneak previews" sunt cele care hotărăsc sfârșitul filmelor de la cinema, audimatele sunt cele care fac televiziunea: toate studiile astea manipulate de toți Alfred Dulerii de pe fața pământului. Nimeni nu mai este responsabil, cu excepția acestor Duleri. Dulerii țin frâiele, dar nu merg nicăieri. *Big Brother is not watching you, Big Brother is testing you*[11]. Sondajul este un conservatorism. Este o abdicare. Nu vi se mai propune nimic care să prezinte RISCUL de a vă displăcea. Astfel este ucisă inovația, originalitatea, creația, revolta. De aici decurge totul. Existentele noastre clonate... Buimăceala noastră de somnambuli... Izolarea ființelor... Urâțenia universală... Nu, asta nu e o mică reuniune. E sfârșitul lumii, în desfășurare. Nu poți să te supui lumii și, în același timp, s-o transformi. Într-o zi, la scoala se va studia cum s-a autodistrus democrația.

Peste cincizeci de ani, Alfred Duler va fi urmărit pentru crime împotriva umanității. De fiecare dată când tipul ăsta folosește cuvântul „piața", trebuie să înțelegi „chilipir". Dacă zice „studii de piață", asta vrea să zică „studii de chilipir"; „economie de piață" înseamnă „economie de chilipir". Acest om este favorabil liberalizării chilipirului, el vrea să lanseze noi produse privind chilipirul, să se avânte la cucerirea unor noi chilipiruri, nu uita niciodată să precizeze că chilipirul este mondial. [El] Vă urăște, [ca] s-o știți. Pentru el, nu sunteți decât niște dobitoace de îndopat, niște câini ai lui Pavlov, tot ce-l interesează este să bage

bișțarii voștri în buzunarul acționarilor lui, fondurile de pensie americane, adică o gașcă de pensionari cu liftinguri, care crapa pe marginea piscinelor din Miami, Florida. Și să se învârtească, mai departe. Cea mai Bună dintre Lumile Materialiste.

L-am rugat din nou pe Alfred să mă scuze, deoarece simțeam cum sângele e gata să mă podidească pe nas. Asta e problema cu cocaina pariziană: este atât de proastă, încât trebuie să ai nările solide. Îl simțeam cum stă să curgă. M-am ridicat, trăgându-mi nasul de mama focului, și m-am năpustit spre buda, unde nasul a început să-mi pisorcaie cum n-o mai făcuse niciodată, nu se mai oprea, era sânge peste tot, pe oglindă, pe cămașa mea, pe ruloul de prosoape automat, pe pardoseală, iar la nări aveam clăbuci mari și roșii. Noroc că n-a intrat nimeni atunci, m-am uitat în oglindă și mi-am văzut fața plină de sânge, roșu peste peste tot, pe bărbie, pe gura, pe guler, chiuveta purpurie, aveam sânge și pe mâini – de data asta chiar câștigaseră, aveam, literalmente, **sânge pe mâini** și, atunci mi-a venit o idee, am scris pe pereții căcăstorii lor „Pigs”, „PIGS” pe ușă, și am ieșit pe culoar, pigs pe tapet, pigs pe mocheta, pigs în lift, apoi am luat-o la fugă, cred că obiectivul camerelor de supraveghere trebuie să fi imortalizat această clipă de glorie. Ziua în care am botezat capitalismul cu propriul meu sânge.

▫ 6 ▫

Hopa! Președintele agenției mele tocmai a intrat la mine în birou. Poartă pantaloni albi, un blazer bleumarin, o cămașă cu carouri roșii din țesătura vichy[12] (evident). Abia am avut răgazul să șterg textul de pe ecran. M-a bătut părintește pe umăr: „Ei, merge, merge, tragi tare?” Philippe tine mult la mine fiindcă a mirosit că am păstrat o oarecare

distanță față de meseria asta. Știe că, fără mine, el nu înseamnă nimic – și reciproca: fără el, pot să spun „adio, insulă pustie, zăpada și curve (... sta languroasa pe liana cabrată, cu mine în Veronika)”. El face parte dintre oamenii pe care îi voi regreta atunci când voi fi făcut harcea-parcea, împreuna cu toată publicitatea franceză, după apariția acestui volumaș. Mă plătește cu bani grei pentru a-mi dovedi dragostea lui. Îl respect pentru că are un apartament mai mare decât al meu. Uite că mă bate într-un fel bizar, pe umăr și îmi suflă la ureche cu o voce încordata:

— Spune-mi... Te simți obosit în ultima vreme?

Dau din umeri:

— De când m-am născut.

— Octave, tu știi că aici toți te adoră. Dar fii și tu nițel atent, se pare că te-ai scăpat azi-dimineață, la Madone. Duler m-a chemat să-mi facă gura și a trebuit să trimit o echipă de curățenie, ca să șteargă operele tale de artă. Poate ar trebui să te odihnești...

— Nu crezi că ar trebui, mai degrabă, să-mi faci vânt?

Philippe se hlizește, mă bate din nou pe spate.

— Mai încet cu vorbele mari. Nici nu se pune problema, îți apreciem prea mult talentul. Prezența ta face mult bine agenției Rosse, știi că americanii au fost topiți după filmele cu Orangina-Cola, iar pentru baseline – „E MULT PREA WONDERFUL” – ai obținut un scor Ipsos bun. Dar poate că ai pur și simplu nevoie să mergi mai rar la client, așa-i?

— Stai puțin, eu am fost foarte calm; dobitocul ăsta de Duler s-a apucat să-mi facă teorii cu *spamming-ul* de pe web. Aș fi putut foarte bine să-l virusez cu un „cal troian”, trimis ca anexa prin e-mail și să-i paradesc sistemul. L-ar fi costat mai scump decât curățatul budei.

Philippe a ieșit prăpădindu-se de râs, ceea ce, la el, e un semn că n-a priceput bancul. Totodată, faptul că,

managerul[13] (a venit în persoana să mă dăscălească, e de bun augur pentru concedierea mea, fiindcă și el ar fi putut s-o facă, prea bine, prin e-mail, pe Internet. Oamenii își vorbesc din ce în ce mai rar; în general, când se silesc să spună adevărul în față, APROAPE că e prea târziu.

▫ 7 ▫

Oamenii mă întreabă deseori de ce copywriterii sunt plătiți atât de gras. Un reporter, căruia îi ia o săptămână să redacteze un articol pentru **Le Figaro**, va fi remunerat de cincizeci de ori mai puțin decât un free-lancer care are nevoie de zece minute ca să clocească un afiș. De ce? Pur și simplu pentru că free-lancer-ul face o treabă care aduce mai mult mălai. Cel ce comanda reclama dispune de un buget anual de mai multe zeci sau sute de milioane pentru cheltuieli de publicitate. Agenția își calculează onorariile în procente din cumpărarea de spațiu: în general, un comision de 9% (altădată era 15%, dar cei ce comanda anunțurile și-au dat seama de mișculație). În realitate, copywriterii sunt plătiți prea puțin, în raport cu veniturile pe care le aduc. Când vezi bănetul care le trece pe sub nas, sumele date angajaților par infime. De altfel, dacă vreun copywriter ar cere o remunerație scăzută, toți ar crede că se ține de bancuri. Într-o zi, ieșind împreuna cu Marc Marronnier de la o reuniune, i-am pus întrebarea:

— De ce toată lumea îl asculta pe Philippe și nu pe mine?

— Pentru că, mi-a răspuns el cu promptitudine, Philippe câștiga 50.000 de euro pe lună, nu tu.

A fi copywriter nu e o meserie în care trebuie să-ți justifici salariul; este un job în care salariul te justifica pe tine. Ca și în cazul animatorilor de televiziune, cariera este foarte efemeră. De aia, un copywriter încasează în câțiva

ani cât câștigă un individ normal într-o viață. Totuși, exista o diferență însemnata între publicitate și televiziune: un copywriter are nevoie de un an ca să facă un film de treizeci de secunde, pe când unui animator TV îi trebuie treizeci de secunde ca să conceapă un program de un an.

Și apoi, a lucra la creație nu-i o treabă ușoară. Reputația acestei meserii are de suferit din cauza aparentei sale simplități. Toată lumea crede că poate s-o facă. Totuși, ședința din dimineața asta va da o idee despre dificultățile acestui job. Dacă ne continuăm comparația cu ziaristul de la **Figaro**, treaba copywriter-ului e ca și cum articolul lui ar fi corectat de redactorul șef adjunct, apoi de redactorul șef, apoi de director, apoi recitit și modificat de toți oamenii menționați în text, apoi citit în fața unui eșantion reprezentativ din publicul care citește jurnalul, înainte de a fi din nou modificat, totul cu 90 de șanse la sută de a nu fi publicat, în cele din urmă. Cunoașteți mulți ziariști care ar accepta să suporte un asemenea tratament? Și asta e unul dintre motivele pentru care suntem atât de bine plătiți.

E nevoie, la un moment dat, ca cineva să facă publicitatea pe care o vedeți peste tot: Președintele agenției și directorii săi de la marketing o vând clienților ce comanda reclama, despre ea se vorbește în presă, televiziunea o parodiază, e disecata în birourile de studiu, face să salte rapid notorietatea produsului și, cu aceeași ocazie, cifra de vânzare a acestuia. Dar, pe undeva, exista un tânăr idiot stând pe scaunul lui, care și-a imaginat în scăfârlia lui, iar acest tânăr idiot costa scump, foarte scump, pentru că el este Stăpânul Universului, așa cum v-am explicat. Acest tânăr idiot se situează în capătul extrem al lanțului de producție, acolo unde ajunge toată industria, și tot acolo unde este cea mai apriga încăierare economică. Mărcile imaginează produse, milioane de muncitori le fabrica în uzine, nenumărate magazine le distribuie. Dar

toată această agitație n-ar folosi la nimic, dacă tânărul idiot de pe scaunul lui n-ar găsi calea de a strivi concurenta, de a câștiga competiția, de a-i convinge pe cumpărători să nu aleagă o altă marcă. Acest război nu e o activitate gratuită, nici un joc de amator. Lucrurile astea nu se fac cu aer. Se petrece ceva foarte misterios atunci când, împreuna cu Charlie, directorul artistic așezat în fața mea, simțim că am găsit o idee pentru a mai vârî, o dată în plus, un produs inutil în coșul gospodinei sărace. Deodată, ne aruncăm o privire complice. Vraja s-a înfăptuit: le vom insufla unor oameni fără mijloace dorința de a cumpăra un lucru nou, de care, cu zece minute înainte, n-aveau nevoie. De fiecare dată, e ca prima dată. Ideea vine întotdeauna de nicăieri. Acest miracol mă zguduie, îmi smulge lacrimi. Simt că devine cu adevărat urgent să fiu mătrășit.

Titlul meu exact este de redactor de concepție; așa se numesc, în zilele noastre, scriitorii publici. Concep scenariile unor filme de treizeci de secunde și sloganuri pentru afișe. Spun „sloganuri” pentru ca să înțelegeți voi, dar aflați că termenul „slogan” este complet has-been[14]. Astăzi se zice „pripon” sau „titlu”. Mie chiar îmi place „pripon”, însă „titlu” e mai fățos. Copywriterii cei mai snobi spun cu toții, nu știu de ce, „titlu”. Așa că zic și eu că am ouat cutare sau cutare „titlu”, pentru că, dacă ești snob, ți se mărește salariul mai des. Dau la greuceanu pentru opt bugete: un parfum franțuzesc, o marcă de țoale demodate, niște paste italienești, un edulcorant de sinteză, un celular, o brânza albă fără materii grase, o cafea solubilă și o oranjadă. Zilele îmi trec ca o lungă ședință de zapping[15] între opt incendii de stins. Trebuie să mă adaptez neîncetat unor probleme diferite. Sunt un cameleon stupefiat[16].

Știu că n-o să mă credeți, dar n-am ales meseria asta doar pentru bani. Îmi place să născocesc fraze. Nici o

meserie nu da atâta putere cuvintelor. Un redactor de publicitate e un autor de aforisme care se vând. Degeaba urăsc ceea ce am devenit, trebuie să recunosc că nu exista o altă meserie în care să te poți ciondăni timp de trei săptămâni pentru un adverb. Când Cioran scria: „Visez o lume în care ți-ai da viața pentru o virgulă", bănuia oare că vorbește despre lumea copywriterilor?

Redactorul copywriter lucrează în echipă cu un director artistic. Și directorii artistici au găsit un truc pentru a părea snobi: spun că sunt „A. D.[17]". Ar putea zice „D. A.", dar nu, ei zic „A. D.", abreviere britanică. Bun, n-o să vă explic toate maniile tipilor din publicitate, nu suntem aici pentru asta, n-aveți decât să citiți vechile BD-uri ale lui Lauzier sau să vă uitați la TV (deseori duminică seara), la comediile anilor '70, în care rolul celui ce lucrează în publicitate e interpretat întotdeauna de Pierre Richard. La acea epocă, publicitatea stârnea râsul. Astăzi, nimeni nu se mai hlizește când vine vorba de ea, pentru că nu mai e o aventură veselă, ci o industrie invincibilă. A lucra într-o agenție a ajuns aproape la fel de excitant ca a fi expert contabil.

Pe scurt, s-au dus vremurile când cei din publicitate erau niște saltimbanci de caterincă. De acum, sunt niște oameni de afaceri periculoși, calculați, nemiloși. Publicul începe să-și dea seama: ne evită ecranele, ne rupe pliantele, fuge de reclamele din refugiile de autobuz, ne mâzgălește afișele 4x3. Această reacție se numește „publifobie". Căci, între timp, reclama, asemenea unei caracatițe, a început să guverneze totul. Această activitate, care a început cândva ca o glumă, acum ne domină viețile: finanțează televiziunea, dictează presei scrise, stăpânește sportul (la finala Cupei Mondiale, nu Franța a bătut Brazilia, ci Adidas l-a bătut pe Nike), modelează societatea, influențează sexualitatea, susține creșterea economică. O mică cifră? Investițiile publicitare ale celor ce comandă reclame se

ridicau, în 1998, la 2340 de milioane de franci (e o sumă, chiar și în euro). Pot să vă certific că, la un asemenea preț, totul e de vânzare – mai ales sufletul vostru.

▫ 8 ▫

Îmi frec gingiile, care mă mănâncă încontinuu. Pe măsură ce îmbătrânesc, buzele mi se subțiază tot mai mult. Am ajuns la patru grame de cocaină pe zi. Încep la sculare, prima priză înainte de cafeaua de dimineață. Ce păcat că n-am decât două nări, altfel mi-aș îndesa mai multă „zăpadă". Freud zicea despre cocaină că e un „spărgător de griji". Îți anesteziază problemele. Toată ziua mestec gumă de mestecat fără gumă de mestecat. Noaptea, merg la petreceri unde nu mă vede nimeni.

De ce americanii stăpânesc lumea? Pentru că stăpânesc mijloacele de comunicare. Am intrat în această agenție americană fiindcă știam că aici robotește Marc Marronnier. Agenția se numește Rossery & Withcraft, dar toată lumea îi zice „Rosse[18]". Este filiala franceză a primului grup mondial de publicitate fondat la New York, în 1947, de Ed Rosserys și John Withcraft (5,2 milioane de dolari, marja profitului brut cumulat în 1999). Imobilul ei trebuie să fi fost construit prin anii '70: pe atunci, era la modă stilul „pachebot". Are o curte interioară vasta și tuburi galbene la tot pasul, aspectul oscilând între Beaubourg și Alcatraz, dar se afla la Boulogne-Billancourt, ceea ce e mai puțin „fițos" decât Madison Avenue. În jurul inițialelor gigantice „R & W", care tronează în hol, toate plantele din ghivece sunt din plastic. Tipi grăbiți umbla cu dosare sub braț. Gagici brunete vorbesc la celulare. Toți se simt investiți cu o misiune: să aureasca din nou blazonul unei hârtii igienice, să lanseze un nou cub de supă, „să consolideze repozitionarea optimizata, anul trecut, pe segmentul

margarina”, „să exploreze noi teritorii pe cârnatul uscat”... O dată, mi s-a întâmplat să o surprind pe una însărcinată, de la comercial, care plângea pe culoar. (Alea de la marketing se ascund când plâng). M-am dat amabil, i-am oferit un pahar cu apă rece, un șervețel, o mâna pe cur. Nimic n-a ajutat: s-a căznit să zâmbească, dar am simțit că îi era rușine să se arate dată pe spate în fața cuiva.

— Astă-noapte, am visat că picioarele îmi mergeau singure și mă duceau la Rosse. Încercam să mă împotrivesc, însă erau puse pe pilot automat... Dar, gata, crede-mă, nu-i nimic, o să-mi treacă.

M-a rugat să nu o spun șefului, m-a asigurat că era sănătoasă tun, ca toate astea n-aveau nimic de-a face cu jobul ei, ci ca o obosea sarcina, atâta tot. Și-a refăcut machiajul, apoi s-a tirat în galop. Așa am băgat eu de seamă că semnăm condica unei secte inumane care le transformă pe femeile însărcinate în roboți mâncați de rugină.

Marc Marronnier bate palma cu mine, în chip de salut.

— Salut, pușlama! Tot îți mai scrii pe banii agenției romanul care vrea să distrugă publicitatea?

— Și încă cum! De la tine am învățat totul!

Cel mai rău e că ăsta-i adevărul. Maronnier este director de creație la Rosse și totuși publică volumașe, apare pe sticla, divorțează, scrie critici literare într-un săptămânal de scandal... Face o groază de bazaconii și își încurajează angajații să facă la fel, vezi-doamne ca să-și „aerisească spiritul” (dar eu știu că asta e doar ca să-i împiedice să se dilească). Marronnier e cam terminat la capitolul profesie, dar a fost o vreme când era un winner ((engl) – învingător, câștigător, nt.) trăsnet. Lei luați ca trofeu la Cannes, coperta la **„Stratégies”**, Premiul I la Clubul A. D... E autorul mai multor sloganuri destul de cunoscute: „CÂT DESPRE VOI, VOI CE TELEFON AVEȚI?”,

„DAR VOI, CE FEL DE TELEFON AVEȚI?”, pentru Bouygues Télécom, „DE BINE CE-MI PLACE SUNETUL, VREAU IMAGINEA”, pentru MCM, „UITĂ-TE ÎN OCHII MEI, ÎN OCHI, AM ZIS” pentru Wonderbra, „O PĂRTICICĂ DIN VOI MOARE DE POFTĂ, CEALALTĂ N-ARE DECÂT SĂ-ȘI ȚINĂ GURA”, pentru Ford. Totuși, cel mai cunoscut rămâne: „CAFEAUA MAMIE. CU SIGURANȚĂ, SE POATE ȘI UNA MAI BUNĂ, E ȘI O ALTĂ MAI BUNĂ. PĂCAT ÎNSĂ CĂ NU EXISTĂ”. La dracu', pare ușor, atâta doar ca asemenea poantă trebuie găsită; cu cât e chestia mai simplă, cu atât e mai complicat de dibuit. Cele mai frumoase sloganuri sunt de o evidentă dezarmantă: „AR TREBUI SĂ FII NEBUN CA SĂ CHELTUIEȘTI MAI MULT”, „CE FACE ÎN INTERIOR SE VEDE LA EXTERIOR”, „APĂ, AER, VIAȚĂ”, „PÂINE, VIN ȘI BOURSIN”, „100% DINTRE CÂȘTIGĂTORI ȘI-AU ÎNCERCAT NOROCUL”, „SĂ NE CONJUGĂM TALENTELE”, „VIAȚA E PREA SCURTĂ CA SĂ TE ÎMBRACI TRIST”, „ÎMI ȘADE BINE DOAR CU MAILLE, CE MAI”, „TOȚI SE BIZUIE PE SEB”, „ȘI TOTUȘI E AȘA DE UȘOR SĂ NU TE ÎNȘELI”, „NU VEȚI MAI VENI LA NOI DOAR DIN ÎNTÂMPLARE”, „PENTRU CĂ MERIT”, „SĂ NU TRECEM PE LÂNGĂ LUCRURILE SIMPLE”, „CÂTEVA GRAME DE FINEȚE ÎNTR-O LUME DE BRUTE”, „PENTRU CĂ E DEJA FĂCUT – NU ÎNSEAMNĂ CĂ NU TREBUIE SĂ FACI NIMIC” și, bineînțeles, „JUST DO IT[19]”, cel mai bun din Istoria Business-ului. (Deși, dacă mă gândesc bine, preferatul meu rămâne: „HYUNDAI. PREGĂTEȘTE-TE SĂ VREI UNA”. Este cel mai ciudat. Odinioară, când oamenii erau torturați, li se spunea „ai să vorbești”; acum, „ai să vrei”. Durerea este mai mare, pentru că e mai obsedantă).

Marronnier cunoștea bine dedesubturile meseriei. El e ăla care m-a învățat regulile nescrise, cele pe care nu le vei afla niciodată la *Sup de Pub*[20]: m-am distrat scriindu-le pe o foaie A4, prinsă cu pioneze deasupra Mac-ului meu:

CELE ZECE PORUNCI ALE COPYWRITER-ULUI:

1) Un bun copywriter nu se adresează consumatorilor, ci grupului de 20 de persoane din Paris susceptibile să-l angajeze (directorii de creație din cele mai bune 20 de agenții de publicitate). În consecință, este mai important să primească un premiu la Cannes sau la Clubul A. D. Decât să câștige segmente de piață pentru clientul sau.

2) Prima idee care îți vine e cea mai bună, dar trebuie să aștepți întotdeauna un termen de trei săptămâni înainte de-a o prezenta.

3) Publicitatea e singura meserie în care ești plătit să lucrezi mai puțin bine. Când prezinți o idee genială pe care clientul vrea s-o distrugă, gândește-te foarte bine la salariul tău, apoi rasolește în treizeci de secunde rahatul pe care ți l-a dictat în schimb și adaugă niște palmieri în storyboard, ca să pleci pentru turnarea clipului o săptămână la Miami sau la Cap.

4) La ședințe trebuie să întârzii întotdeauna. Un copywriter punctual nu este credibil. Intrând în sala unde toată lumea îl așteaptă de trei sferturi de oră, nu trebuie în nici un caz să se scuze, ci să spună, mai degrabă: „Bună ziua, nu vă pot oferi decât trei minute”. Sau chiar să citeze fraza lui Roland Barthes: „Nu visul e cel ce face ca lucrurile să se vândă, ci simțul”. (Varianta mai puțin elegantă: „urâțenia se vinde prost”, a lui Raymond Loewy). Clienții vor spune că primesc ceea ce li se cuvine pentru banii lor. Să nu uităm niciodată că cei ce comandă reclamele vin la agenții pentru că ei sunt incapabili să aibă idei, că suferă din cauza asta și că, de aceea, ne poartă pică. Iată de ce copywriterii trebuie să-i disprețuiască: șefii de produs sunt masochiști și geloși. Ne plătesc pentru ca să-i umilim.

5) Când nu ai nimic pregătit, trebuie să vorbești ultimul și să treci în contul tău spusele celorlalți. În orice reuniune,

cel ce vorbește la urmă are întotdeauna dreptate. Să nu pierzi niciodată din vedere că scopul unei reuniuni e să-i lași pe ceilalți s-o zbârcească.

6) Diferența dintre un senior și un junior e că seniorul este mai bine plătit și lucrează mai puțin. Cu cât ești mai bine plătit, cu atât ești mai ascultat și vorbești mai puțin. În meseria asta, cu cât ești mai important, cu atât trebuie să-ți ții pliscul mai bine – deoarece, cu cât pălăvrăgești mai puțin, cu atât ești considerat mai genial. Corolar: ca să-i vândă o idee D. C.-ului (Directorul de Creație), copywriter-ul trebuie să-l facă SISTEMATIC pe D. C. Să creadă că D. C.-ul a avut-o. Pentru asta, trebuie să-și înceapă prezentările cu fraze de tipul: „M-am gândit bine la ce mi-ai spus ieri și...” ori „Am aprofundat ideea ta de zilele trecute și...” sau chiar „Am revenit pe pista ta inițială și...”, deși se înțelege de la sine că D. C.-ul n-a spus nimic ieri, n-a avut nici o idee zilele trecute și a stabilit încă și mai puțin o pistă inițială.

6 bis) Alt mod de a deosebi un junior de un senior: juniorul spune bancuri nostime, de care nu râde nimeni, în timp ce seniorul toarnă anecdote nesărate, de care râde toată lumea.

7) Cultivă absentismul, vino la birou la prânz, nu răspunde niciodată la bună ziua, întinde-te cu masa de prânz trei ore, fii imposibil de găsit la postul tău. Dacă ți se face vreun reproș, cât de mic, spune: „Un copywriter n-are program, are numai termene”.

8) Nu întreba pe nimeni ce opinie are în privința vreunei campanii. Dacă îi ceri cuiva părerea, riști ÎNTOTDEAUNA să ți-o dea. Și odată ce ți-a dat-o nu e IMPOSIBIL să trebuiască să ții cont de ea.

9) Toată lumea face munca persoanei situate pe o poziție superioară. Stagiarul face munca copywriter-ului, care face munca D. C.-ului care face munca Managerului. Cu

cât ești mai important, cu atât robotești mai puțin (vezi porunca a șasea). Jacques Séguéla a trăit douăzeci de ani pe spinarea „Forței liniștite”, care este o formulă a lui Léon Blum, recuperată de doi copywriteri din agenția lui, de care nu-și mai amintește nimeni. Philippe Michel este cunoscut de marele public datorită afișelor „Mâine scot ce-i sus, Mâine scot ce-i jos”[21], care era o idee de-a angajatului sau, Pierre Berville. PASEAZĂ toată treaba ta unui stagiar; dacă dă chix, el o să fie mătrășit. Stagiarii sunt noii sclavi: neplătiți, buni de șmotru și de corvoadă cât îi țin balamalele, ușor de dat pe ușă afară, de pe o zi pe alta, servitori care aduc cafele, mașini de copiat ambulante – la fel de lesne de aruncat ca o lamă de ras Bic.

10) Când un coleg de la creație îți arată un anunț reușit, nu cumva să-ți exprimi admirația pentru găselnița lui. Trebuie să-i spui că e un rahat, de nevândut, sau că-i o chestie fumată, făcută deja de jdemii de ori, ori copiată după o campanie englezească veche. Când îți arată un anunț de rahat, spune-i „nu mai pot după ideea asta” și fă-te că mori de invidie.

Acum, când conduce direcția de creație a agenției, Marronnier și-a uitat toate preceptele. Dacă i se prezintă o campanie, mormăie „painu” sau „paida”. „Painu” înseamnă că îi place și ca o să te promoveze până la sfârșitul anului. „Paida” vrea să spună că trebuie să găsești altceva, fiindcă îți dă papucii în cel mai scurt termen. În fond, munca de director de creație nu-i chiar așa mare brânză: e de ajuns să știi să mormăi corect „painu” și „paida”. Uneori, chiar mă întreb dacă Marc nu-și rostește verdictele la întâmplare, jucând cap sau pajură în capul lui.

M-a contemplat cu oarecare înduioșare, înainte de a-mi întrerupe visarea:

— Mi se pare că în dimineața asta, la Madone, ai zbârcit-o!

Atunci, i-am debitat această tiradă, bătând-o, în același timp, pe tastatura mea, ca s-o puteți citi:

— Ascultă, Marc, tu știi, TOȚI copywriterii se dilesc: treaba noastră e prea frustrantă, o luăm în bot de peste tot, e tot mai nașpa. Cel mai baban client al agenției e lada de gunoi. Ce ne mai spetim pentru ea! Uită-te la chipul resemnat al veteranilor din publicitate, la privirile lor fără speranță. După un anumit număr de creații refuzate, devii complet dezamăgit; chiar dacă te faci că ți se fâlfâie, te roade. Nu numai că am ajuns deja, cu toții, niște artiști ratați, dar mai suntem siliți, pe lângă asta, să ne înghițim mândria și să ne umplem sertarele cu machete bune de aruncat. Ai să-mi spui: e mai bine decât să robotești în uzină. Dar muncitorul știe că fabrică ceva tangibil, pe când „copywriter-ul" trebuie să-și asume un titlu sforăitor, un nume ridicol care nu-i folosește decât ca să facă valuri când umbla după agățat. De altfel, toți cei care trag aici sunt alcoolici, depresivi sau drogați. După-amiaza se clatină, zbiară, joacă ore în șir câte un joc video, fumează iarbă, fiecare are metoda lui de a evada. Adineauri am văzut chiar cum făcea unul echilibristică pe o grindă, la cincisprezece metri deasupra golului. Cât despre mine, trag „zăpadă „pe nas, scrâșnesc din dinți, mi se strâmbă fața de ticuri, și-mi transpiră obrajii. Dar îți declar în numele acestei cohorte aflate în suferință: cartea mea va răzbuna toate ideile asasinate.

Marronnier mă ascultă cu compasiune, ca un medic care se pregătește să-și anunțe pacientul că rezultatul testului HIV e pozitiv. La sfârșitul tiradei mele, aplică lovitura:

— N-ai decât să-ți dai demisia, îmi spune ieșind din birou.

Mi se fâlfâie, voi persevera și nu voi demisiona. Demisia ar fi ca și cum aș abandona înainte de sfârșitul unui meci de box. Prefer să sfârșesc K. O. Și să fiu scos pe targă. Oricum, el minte: nimeni, de aici, nu m-ar lăsa să trântesc ușa; dacă m-aș cărăbăni, n-ar mai termina cu întrebările, ca în serialul „Prizonierul”: „De ce ți-ai dat demisia?” M-am întrebat întotdeauna de ce conducerea Satului îi puneau mereu întrebarea asta celui cu Numărul 6. Astăzi știu. Pentru că marea întrebare a secolului, în lumea noastră terorizată de șomaj și organizată în spiritul muncii, este cu adevărat, aceasta: „DE CE ȚI-AI DAT DEMISIA?” Îmi amintesc că, urmărind de fiecare dată genericul serialului, admiram zâmbetul pișicher al lui Patrick McGoohan, care zbiera: „eu nu sunt un număr, sunt un om liber!” Astăzi, toți suntem Numărul 6. Ne batem toți să avem CDN (Contract de Dependența Nelimitat). Iar dacă ne lăsăm baltă munca, pe insula salvatoare, în mijlocul curvelor cocainizate, riscăm să vedem răsărind în orice clipă, pe plajă, o bulă mare și albă însărcinată să ne aducă iar la birou, răcnind: „DE CE ȚI-AI DAT DEMISIA?”.

▫ 9 ▫

Pe-atunci, se puneau fotografiile gigantice ale produselor pe pereți, în stațiile de autobuz, pe case, pe pământ, pe taxiuri, pe camioane, pe fațada imobilelor în curs de renovare, pe mobile, în ascensoare, pe distribuitoarele de bilete, pe toate străzile și chiar la țară. Viața era năpădită de sutiene, produse congelate, șampoane antimătreață și aparate de ras cu lama triplă. Ochiul omenesc nu mai fusese niciodată, în toată istoria lui, atât de solicitat: calculasem că, între naștere și vârsta de 18 ani, fiecare persoană este expusă, în medie la 350.000 de reclame. Chiar și la liziera pădurilor, la capătul cătunelor, în josul văilor izolate și în vârfurile munților înzăpeziți, pe

cabinele de teleferic, trebuia să dai piept cu logo-uri de tipul „Castorama”, „Bricodécor”, „Campion Midas” și „Hala de Haine”. Nici pic de răgaz pentru privirea lui homo consumus.

Tăcerea era, și ea, pe cale de dispariție. Nu te puteai ascunde de radiouri, de televizoare deschise, de sporturile țipătoare care aveau să se vâre, curând, până și în convorbirile tale telefonice private. Exista o nouă învoiala, propusă de Bouygues Telecom: telefonul gratuit, în schimbul unor întreruperi publicitare la fiecare sută de secunde. Imaginați-vă: telefonul sună, un polițist anunță că ți-a murit copilul într-un accident de mașină, tu izbucnești în lacrimi și, la capătul firului, o voce cânta „Cu Carrefour sunt optimist”. Muzica de ascensor era peste tot, nu numai în ascensoare. Soneria celularelor țârâia în T. G. V.[22]-uri, în restaurante, în biserici, chiar și mănăstirile benedictine rezistau cu greu la cacofonia ambianța. (știu eu: am verificat). Conform studiului susmenționat, occidentalul mediu era supus unui număr de 4000 de mesaje comerciale zilnic.

ȘI, ACUM, O PAGINĂ DE PUBLICITATE.

SCENA SE PETRECE ÎN JAMAICA.

TREI LATINO-AMERICANI STAU TOLĂNIȚI SUB UN COCOTIER, CU FEȚELE ASCUNSE SUB DREADLOCK-URI[23]. ESTE EVIDENT CĂ AU FUMAT CANTITĂȚI ENORME DE IARBĂ ȘI SUNT COMPLET DUȘI. O NEGRESĂ GRASĂ SE APROPIE DE EI ȘI STRIGĂ:

— HEI, BOYS, ACUM TREBUIE SĂ MERGEȚI LA LUCRU!

CEI TREI LATINOMEN NICI NU SE CLINTESC. E CLAR CĂ SUNT PREA DEMOLAȚI PENTRU A PUTEA SĂ-ȘI RIDICE CHIAR ȘI UN DEGEȚEL. ÎI ZÂMBESC GRĂSANEI ȘI DAU DIN UMERI, DAR EA INSISTĂ:

— DREPȚI! GATA CU SOMNUL! LA ȘMOTRU, FLĂCĂI!

DISPERATĂ CĂ CEI TREI „BROTHERS” TOT NU SE MIȘCĂ, LE ARATĂ UN BORCĂNEL DE DANETTE. VĂZÂND CREMA DESERT CU CIOCOLATĂ, CEI TREI LATINOMEN SE RIDICĂ INSTANTANEU ȘI CÂNTĂ MELODIA LUI BOB MARLEY „GET UP, STÂND UP”. DANSEAZĂ PE PLAJĂ DEGUSTÂND PRODUSUL.

PACKSHOT DANETTE, CU SLOGANUL: „TOȚI SE RIDICĂ PENTRU DANETTE”.

• II •
Tu •

„Se pot face descoperiri la fel de prețioase în „Cugetările” lui Pascal și într-o reclamă de săpun”.

MARCEL PROUST

▫ 1 ▫

În seara asta, e noapte albă. De când a plecat Sophie te plictisești întotdeauna în week-end. Te perpelești fără foc[24]. Urmărești *The Grind* pe MTV. Mii de fete în bikini și tricouri prea scurte se bâțâie pe o pistă gigantică de dans, sub cerul liber, fără îndoiala pe South Beach din Miami. Niște vlăjgani negri le dau ocol, cu abdominalii lor ca pătrățelele de ciocolată strălucitoare. Emisiunea nu are alt concept decât frumusețea plastică și transpirația tehno. Toată lumea trebuie să aibă, pe vecie, 16 ani. Trebuie să fii frumos, tânăr, sportiv, bronzat, zâmbitor și să ai ritm. Să-ți faci de cap, de acord, dar ascultător și disciplinat, la soare. Hainele mulate sunt obligatorii. *The Grind* este o altă lume, plaja perfecțiunii, dansul purității. Or, *Grind*, în englezește, înseamnă ZDROBIRE. Acest „junism” comandat îți amintește de *Triumful Voinței* de Leni Roenfestahl[25] sau de sculpturile lui Arno Breker.

Când și când, în planul îndepărtat, o fată care nu știe că e filmată începe să se lase pe tânjeala cu respirația tăiată. Apoi, camera se apropie și, de îndată ce zărește obiectivul, face iar pe vampa, ia atitudini de actriță porno, își suge degetul cu un aer de falsă inocenta. De-a lungul unei ore interminabile, privești la acest fascism balnear trăgându-ți cocaina pe nări. Ca să nu-ți sângereze nasul, o pisezi

îndelung, pe o oglindă, cu cartea ta de credit „Premier”. Transformi cristalele în zahăr pudră. Cu cât e mai fin praful, cu atât irita mai puțin vasele de sânge. Viața îți merge ca pe roate[26]. Când aspiri prafurile prin paiul tău de aur masiv, dai capul pe spate, pentru ca să-ți soliciți sinusurile cât mai puțin. Cum le simți gustul în gură, bei un pahar mare de votcă cu lămâie, ca să nu strănuți fără oprire. După febra fânului, iei o boală nouă: febra „zăpezii” (nări necrozate, nas care curge, ticuri ale maxilarului, card bancar cu muchea roasă și albită). Așa îți petreci week-endul, aflat undeva mai sus de propria-ți făptura.

Ai văzut cum se apropiau drogurile de tine. La început, auzeai doar vorbindu-se de ele:

— Am luat cocaină tot week-end-ul.

Apoi, niște prieteni de-ai prietenilor tăi au reluat tema:

— Vrei ceva de nas?

Apoi, prietenii prietenilor tăi au devenit dealerii tăi.

După aceea, unul dintre ei a murit dintr-o supradoză, celălalt a sfârșit la pârnaie. La început, ai luat doar așa, ca să vezi cum e, o dată, din când în când. Apoi, ca să te obișnuiești, în fiecare week-end. Apoi, ca să te mai distrezi, în timpul săptămânii. Apoi, ai uitat că toată chestia era doar de pamplezir și, ca să poți rămâne în apele tale, ți-ai propus să iei „praf „în fiecare dimineață; dacă sunt amestecate cu laxativ, te trece căcarea, dacă sunt amestecate cu stricnina, te mănâncă nasul. Nu te plângi: dacă n-ai trage „prafuri „pe nas, ai fi obligat să faci salturi cu coarda elastică, în salopetă verde fluorescent, sau roller-blade, cu genunchere grotești, ori karaoke, într-un restaurant chinezesc, ori rasism, cu grupurile de skinheads, ori gimnastică cu niște frumușei purii, ori Pronosport de unul singur, ori psihanaliza cu o canapea, ori poker cu trișori, ori Internet, ori sado-masochism, ori un regim de

slăbire, ori whisky de apartament, ori grădinărit de grădină, ori schi de fond, ori filatelie urbană, ori budism burghez, ori multimedia de buzunar, ori bricolaj de grup, ori partuze anale. Toată lumea are nevoie de activități pentru așa-zisa „eliberare de stres”, dar tu, unul, vezi prea bine că, în realitate, oamenii nu fac altceva decât să se zbată pentru a rezista.

De când stai singur, ți-o freci prea des, în fata casetelor video. Ai tot timpul fâșii de kleenex lipite de degete. Când i-ai dat papucii Sophiei, i-ai zis că totuși preferi curvele.

— Sunt fidel: ești singura persoană pe care îmi vine s-o înșel.

Cum ziceai că s-a întâmplat? Aha, da, luai cina cu ea, la restaurant, când, hodoronc-tronc, te anunța că a rămas însărcinată cu tine. Flashback-ul nu e o amintire plăcută. Deodată, din gura ți-a ieșit un monolog lung, imposibil de oprit. I-ai trântit ceea ce toți tipii din lume visează să le spună tuturor femeilor lor însărcinate:

— Aș vrea atât de mult să ne despărțim... Iartă-mă... Te implor, nu plânge... Eu nu visez decât un lucru: să ne despărțim... O să crăp de unul singur, ca un rahat... Ia-o la sănătoasa, ridica ancora, refă-ți viața cât mai ești frumoasă... Du-te departe de mine... Am încercat, crede-mă, am încercat să rezist, dar nu reușesc... Mă sufoc, nu mai pot, nu știu să fiu fericit... Doresc singurătatea și femeile trecătoare... Eu vreau să călătoresc burlac, în orașe străine... Eu sunt incapabil să cresc un copil, când copil sunt eu însumi... Sunt propriul meu fiu... În fiecare dimineață, mă aduc pe lume... N-am avut tată, cum vrei să fiu eu unul... Nu vreau dragostea ta... Eu...

Erau multe fraze care începeau la persoana întâi. Sophie a replicat:

— Ești un monstru.

— Dacă sunt un monstru și tu mă iubești, atunci ești la fel de tâmpita că logodnica lui Frankenstein.

Sophie te-a scanat, apoi s-a ridicat de la masă, ieșind din viața ta fără să stea să-și tragă sufletul. Și – e bizar – pe când ea ieșea hohotind de plâns, îți dădeai seama cât se poare de bine că totuși tu erai cel ce o luă la fugă. Ai inspirat și expirat; simțeai acea „lașa ușurare", care urmează după toate despărțirile: ți-ai notat pe un șervețel de hârtie: „despărțirile sunt Münchenul dragostei" și: „Ceea ce oamenii numesc tandrețe eu numesc frica de a se despărți", și încă: „Cu femeile, e întotdeauna la fel: ori ți se rupe de ele, ori ți-e frică de ele". Când nu ți se rupe, înseamnă că ești îngrozit.

Când o fată îi dă de veste tipului ei că așteaptă un copil, întrebarea pe care tipul și-o pune IMEDIAT nu este: „Vreau copilul ăsta?", ci" Mai rămân cu fata asta?"

Până la urmă, libertatea nu e decât un moment dificil, care trebuie depășit. În seara asta, te-ai hotărât să te întorci la Bar Bituric, lupanarul tău favorit. Se presupune că în Franța bordelurile sunt interzise. Cu toate astea, numai la Paris poți să numeri vreo cincizeci. Acolo, cum intri, toate fetele te adoră. Ele au două mari calități:

1) Sunt frumoase;

2) Nu-ți aparțin.

Comanzi o sticlă de șampanie, dai un rând și iacata-le cum te mângâie de cap, te ling pe gât, își strecoară unghiile pe sub cămașa ta, îți ating prohabul care se umfla, îți șușotesc obscenități delicate la ureche:

— Ești dulce, vai, ce chef am să te sug. Sonia, uită-te la el ce drăguț e! De-abia aștept să-ți văd mutrița când o să-mi termine în gură. Bagă-i mâna în chiloți, să simtă și el ce uda sunt. Îmi tremură clitorisul, îl simți cum palpita?

Tu le crezi pe cuvânt. Uiți că le plătești. În sinea ta, bănuiești că Joanna se numește Janine, dar câta vreme n-ai juisat, te doare-n cot. Ești ca-n sânul lui Avram printre puicuțele de lux. La subsolul Barului Bituric, molfăi ugere siliconate. Ele îți caută în coarne, mămoase. Limbi lungi îți acoperă fața. Te justifici, cu voce tare:

— Ca să-ți repari mașina, mai bine chemi un mecanic. Ca să-ți construiești casa, e de preferat să iei legătura cu un arhitect bun. Dacă te îmbolnăvești, ai tot interesul să fii consultat de un medic competent: De ce ar fi amorul fizic singurul domeniu în care să nu se recurgă la specialiști? Toți ne prostituam – 95% dintre oameni ar accepta să o facă, dacă li s-ar propune un miar jumătate de euro pentru un culcat. Orice gagică te va suge, la sigur, începând chiar și de la jumătatea sumei. O să facă pe ofensata, nu o să se laude cu asta pe la prietene, dar cred că, pentru un miar, faci din ea ce vrei tu. Și chiar pentru mai puțin. Poți avea pe cine vrei, e doar chestie de tarif: ați refuza o muie pentru un milion, zece milioane, o sută de milioane? Cel mai adesea, amorul este ipocrit: fetele drăguțe se îndrăgostesc (sincer – cred ele din adâncul sufletului) de tipi care, ca din întâmplare, au banu' pe ei, pot să le ofere o viață frumoasă și luxoasă. La curve nu-i tot așa? Ba da.

Joanna și Sonia îți aprobă raționamentul. Ele sunt întotdeauna de acord cu strălucitoarele tale teorii. Cine seamănă, se aduna – și tu ești vândut Marelui Capital.

Pe lângă toate celelalte calități, fetele astea sunt singurele capabile să ți-o învârtosească, chiar dacă ai nasul burdușit de „praf „și boneta peste cuc, la ora la care nu mai ești în stare decât să bâigui:

— Nu te uita la paiul din ochiul vecinului, ci la bârna din pantalonul tău.

Te dai, vezi Doamne, provocatorul căruia i se rupe de toate, dar tu nu ești așa. Nu te duci la prostituate din cinism, oh, nu, dimpotrivă, o faci pentru că ți-e teamă de iubire. Ele îți oferă sex fără sentimente, plăcere fără durere. „Adevărul este un moment al falsului", a scris Guy Debord – după Hegel – și ei erau mai inteligenți decât tine. Fraza asta descrie bine atmosfera din barurile cu animatoare. Cu prostituatele, falsul este un moment al adevărului. Ești, în sfârșit, tu însuti. În compania unei femeie așa-zis „normale", trebuie să faci eforturi, să te lauzi, să te prezinți mai bine, deci să minți: bărbatul face pe curva. În timp ce, la bordel, bărbatul este în voia lui, nu mai cauta să placă, să se arate mai bun decât este. Este singurul loc, fals, în care el e, în sfârșit, adevărat, slab, frumos și fragil. Ar trebui să scriu un roman intitulat: „Dragostea costa 500 de euro".

Fetițele vesele te costă scump, tocmai pentru ca să te poți economisi. Ești prea fragil pentru a risca să te îndrăgostești încă o dată, cu toate câte decurg de aici: inima palpitândă, emoții puternice, decepție bruscă, Urlarea Urlărilor[27]. Pentru tine, nimic nu e mai romantic decât să mergi la curve. Numai ființele cu adevărat sensibile au nevoie să plătească pentru a nu risca să sufere.

Cum trece de 30 de ani, omul se blindează: după câteva decepții din dragoste, femeile fug de primejdie, umbla cu nătărăi bătrâni care le oferă liniștea; bărbații nu mai vor să iubească, și-o trag cu lolite sau cu curve; fiecare se închide într-o carapace; nimeni nu mai vrea să fie caraghios sau nefericit. Regreți vârsta la care dragostea nu rănea. La 16 ani, umblai cu fetele și le făceai vânt sau te părăseau ele fără probleme; în două minute treaba era aranjată. De ce, mai târziu, totul a devenit atât de important? În mod logic, ar trebui să fie invers: drame în adolescență, ușurință la

treizeci. Dar nu e cazul. Cu cât îmbătrânești, cu atât ești mai fragil. Când ai 33 de ani, ești prea serios[28].

După aceea, întors acasă, cazi în letargie și nu mai visezi. Doar atunci, băiatule, izbutești s-o uiți pe Sophie, preț de câteva ore.

▫ 2 ▫

Lunea dimineața, te duci la Rosse, cu picioarele de plumb. Te gândești la nemiloasa selecție a Marketingului-Rege. Altădată existau șaizeci de varietăți de mere: azi, nu au mai rămas decât trei (golden, verzi și roșii). Altădată, puii aveau nevoie de trei luni ca să devină adulți; azi, între ou și puiul de la hipermarket trec doar 42 de zile, în condiții atroce (25 de păsări pe metrul pătrat, hrănite cu antibiotice și anxiolitice). Până în anii '70, puteai deosebi zeci de gusturi diferite la brânzeturile normande de tip camembert; azi, cel mult trei (din pricina standardizării laptelui „termizat”). Asta nu-i opera ta, dar asta e lumea ta. În Coca-Cola (buget publicitar de un miliard și jumătate de euro în 1997), nu se mai pune cocaina, ci acid fosforic și acid citric, pentru a da iluzia că potolește setea și pentru a crea o obișnuință artificială. Vacile de lapte sunt hrănite cu furaje însilozate, care fermentează și le îmbolnăvesc de ciroza; și ele sunt hrănite cu antibiotice, care creează tulpini de bacterii rezistente ce supraviețuiesc, apoi, în carnea vânduta (fără a mai pomeni faina obținută din carne, care provoacă encefalita bovină spongiforma; nu mai revenim asupra ei, e-n toate ziarele). Laptele acelorași vaci conține tot mai multă dioxina, din cauza contaminării ierburilor pe care le pasc. Peștii de crescătorie sunt hrăniți, de asemenea, cu făină de pește (la fel de nociva pentru ei, ca și fainã de carne pentru bovine) și cu antibiotice... Iarna, căpșunile transgenice nu mai îngheață grație unei gene

împrumutate de la un pește din marile reci. Ingineria genetică baga puiul în cartof, scorpionul în bumbac, hamsterul în tutun, tutunul în lăptucă, omul în roșie.

Concomitent, tot mai mulți oameni de treizeci de ani fac cancere de rinichi, de uter, de sân, de rect, de tiroida, de intestin, de testicule și medicii nu știu de ce. Până și copiii au de suferit: creșterea numărului de leucemii, recrudescenta tumorilor cerebrale, epidemiile repetate de viroze respiratorii din marile orașe... După Profesorul Luc Montagnier, apariția sidei nu se explica doar prin transmiterea virusului HIV (pe care el l-a descoperit), ci și prin factori colaterali, „legați de civilizația noastră": el a menționat „poluarea" și „alimentația", care ne-ar slăbi apărarea imunitară. În fiecare an, calitatea spermei scade: fertilitatea umană este amenințată.

Această civilizație se întemeiază pe falsele dorințe pe care tu le creezi. Ea va muri.

Acolo unde lucrezi tu, circula multe informații: astfel, afli întâmplător că există mașini de spălat incasabile, pe care nici un fabricant nu vrea să le lanseze pe piață; ca un tip a inventat ciorapii cărora nu li se duc firele, dar o mare marca de dresuri i-a cumpărat brevetul ca să i-l distrugă; ca pneul care nu se sparge rămâne, la fel, în sertar (și asta cu prețul miilor de accidente mortale din fiecare an); ca lobby-ul petrolier face tot ce-i stă în putință ca să întârzie generalizarea automobilului electric (și asta cu prețul creșterii procentului de gaz carbonic din atmosferă, care duce la încălzire planetei – numită „efect de seră" – responsabilă, probabil, pentru numeroasele catastrofe naturale care sunt așteptate de acum și până în 2050: uragane, topirea calotei polare, ridicarea nivelului mărilor, cancerelor de piele, fără să mai punem la socoteală mareele negre); ca până și pastă de dinți este un produs inutil, de vreme ce orice îngrijire dentară consta în periaj, pasta

folosește numai pentru împrospătarea respirației; ca detergenții lichizi pentru vase sunt interșanjabili și că, de altfel, mașina e cea care spala totul; ca și compact discurile se zgârie întocmai ca acelea de vinil; ca folia de aluminiu este mai contaminata decât azbestul; ca formula cremelor solare a rămas neschimbată de la război încoace, în ciuda recrudescentei melomanului malign (cremele solare protejează împotriva razelor UVB și nu împotriva nocivelor UVA); ca publicitatea comandată de Nestlé, cu scopul de a vinde cât mai mult lapte praf pentru sugarii din Lumea a Treia, a generat milioane de morți (fiindcă părinții amestecau produsul cu apa nepotabila).

Domnia mărfii presupune că aceasta se vinde: treaba ta consta în a convinge consumatorul să aleagă produsul care se va uza cel mai repede. Industriașii numesc asta „a programa perimarea". Tu vei fi rugat să închizi ochii și să-ți păstrezi stările sufletești pentru tine. Da, ca și Maurice Papon, te vei putea apăra oricând strigând sus și tare că nu știai, că nu puteai face altfel sau că ai încercat să încetinești procesul ori că nu erai obligat să fii erou... Adevărul e că, vreme de zece ani, zi după zi, n-ai mișcat în front. Fără tine, poate că lucrurile s-ar fi petrecut altfel. S-ar fi putut, fără îndoiala, imagina o lume fără omniprezentele afișe, sate fără reclamele Kare-urâtesc-totul, colțuri de stradă fără fast-food-uri, și oameni pe acele străzi. Oameni care își vorbesc. Nu era obligatoriu ca viața să fie organizată astfel. Nu ai vrut tu toată această nenorocire artificială. Nu ai fabricat tu toate aceste auto imobile (2,5 miliarde de rable pe Terra, în 2050). Tu însă n-ai făcut nimic ca să redecorezi lumea. Una dintre cele zece porunci din Biblie spune: „Să nu-ți faci chip cioplit... și să nu i te închini lui". Prin urmare, alături de întreaga lume, ești prins în flagrant delict de păcat capital. Iar pedeapsa divină se știe care e: Iadul în care trăiești.

— Aveți o fereastră pentru chestionar sau sunteți suprasolicitați?

Jean-François, responsabilul serviciului comercial de la Madone, își streacora capul în biroul tău.

— Charlie s-a dus la cumpărături, treci mai bine la începutul după-amiezii.

— O. K., zice el, cred că-ți dai seama că trebuie să mai aruncăm o privire la Maigrelette. O să trebuiască să rezolvăm problema.

— Seducția, seducția, asta ne e misia, pe pământ nu mai e nimic altceva, e singurul motor al umanității.

Îți arunca o privire cu subînțeles.

— Ia zi, ești sigur că te-ai odihnit bine în week-end?

— Sunt numai vâna, gata pentru o nouă săptămână, în calitate de Susținător al Societății Spectaculare. Înainte, către al Patrulea Reich!

J. F. Se apropie de tine și îți fixează vârful nasului.

— Ai puțin alb aici.

Îți șterge cârma de praf cu căptușeala mânecii lui, apoi reia:

— Poate că atunci o să fii la o întâlnire în afara firmei, dar mă poți contacta oricum, pe mobil.

— Uau, Jef, ador să te contactez pe mobil.

Curând după aceea Charlie se întoarce și se așază în fața ta. Charlie e o namilă pe atât de huiduma pe cât ești tu de târ. Charlie este un om fericit sau imita bine fericirea. Are nevastă și doi copii; privește viața sub un unghi constructiv – fiecăruia, modul său de a păcăli absurditatea universală. Charlie îți iartă excesele. Ții la Charlie, pentru că te compensează. Fumează iarba în timp ce tu îți insensibilizezi dintii. Își petrece zilele dibuind cele mai rele imagini ultra-pornografice de pe Internet: de exemplu, o

femeie care suge un cal, un tip care își bate-n cuie testiculele (coaiele) pe o scândura de lemn; o damă foarte grasă cotrobaita de un braț de plastic; el găsește ca toate astea sunt „distractive”.

— Ai văzut *The Grind* pe MTV? Cred că ar trebui să bagi undeva gloata aia nesentimentala, estetica aia de suprafață, adunătura aia de căcat.

Charlie te aproba, făcându-și țigară:

— Ah, da, emisiunea aia nu-i normală. Le-am putea propune ălora cu Maigrelette s-o sponsorizeze. Și, pentru publicitate, am selecționa fragmente de douăzeci de secunde, adăugând logo-ul lor sus, în dreapta, în locul MTV-ului...

— Marfă. I-am vedea craii ăia feroce și pe pițipoance mișunând pe canalul „Maigrelette TV”! Am putea să-i oploșim chiar și pe CNN! Și să retransmitem de pe teren, în serile cu evenimentele co-branduite „Grind-Maigrelette”!

— Da! Și, cum sunt ore și ore de emisiune, am putea difuza, în fiecare, bucăți diferite: ar fi primul spot publicitar fără repetiție!

— Excelență, chestia asta, pentru efectul asupra presei. Notează-ți ce ai zis, pentru comunicatul de lansare.

— O. K., dar cum introducem ideea beneficiarului – oferit de produs: „Maigrelette te face frumos și inteligent”?

— M-am gândit. Ascultă aici. Se văd niște sute de tineri care dansează pe muzica house, la marginea piscinei uriașe, sub cerul albastru electric. Și, deodată, după douăzeci de secunde, apare o frază: „MAIGRELETTE. ȘI ÎNCĂ NU I-AȚI AUZIT CONVERSÂND”.

— Octave, ești un geniu!

— Nu, Charlie, tu ești cel mai bun!

— Știu.

— Și eu.

— Un pupic mare.

— Ador ce faci tu.

— Nu, eu ador ce EȘTI tu.

Niciuna, nici două, redactezi noul script în timp ce Charlie dibuiește o noutate video pe web: e vorba de un tip care a înfipt un vibrator în vârful unei bormașini; în felul ăsta, poate să-l răsucească în vaginul unei adolescente, în timp ce ea își suge tamponul folosit, periodic. Distractiv, n-am ce zice.

A doua zi, îi arăți noul script lui Marronnier, care dă din cap (normal, doar el e capul):

— La fel de nevandabil, dar, dacă va amuza să încercați, dați-i bătaie. Tot ce-ți cer, Octave, e să nu începi iar să faci graffiti à la Charles Manson prin localul mult iubitei noastre clientele.

După care, îl recontactezi pe tipul de la marketing la telefonul lui insuportabil.

— Jean-François, avem ceva.

— Jupika!

(E vorba de contragerea lui „iupi” și a lui „evrika”).

— Dar ne trebuie un termen de trei săptămâni.

Tăcere la celălalt capăt al fara-firului.

— Măi băieți, voi sunteți sonați? Trebuie să le prezint ceva săptămâna viitoare!

— Cinșpe.

— Zece.

— Douășpe.

— Unșpe.

— Să-i trimitem un VHS al emisiunii în după-masa asta, tranșează Charlie. Aia de la Madone or să fie atât de

impresionați că am reacționat așa de iute, încât vor cumpăra ideea fără să mai stea pe gânduri.

J. F. Adăugă: „este un discurs foarte pe produs, dar care se bazează pe un discurs pe marca, federator” (sfârșitul citatului). Tu aplauzi. S-au spus multe despre copywriterii care i-ar disprețui pe cei de la marketing și reciproc. Nu-i adevărat: au nevoie unii de alții, iar într-o întreprindere nu-i iubești decât pe indivizii de care ai nevoie; cu ăilalți faci cunoștință la sindrofia dată cu ocazia plecării lor. Charlie e în mare formă. Și, în orice caz, când Charlie tranșează, nimeni nu discuta.

▫ 3 ▫

Sophie ți-a spus la revedere ca și cum ți-ar fi zis bună ziua.

Prânzești singur.

Altădată aveai prea mulți amici și acum nu mai ai deloc.

Asta vrea să însemne că nu i-ai avut niciodată.

Bei, haina îți pute a raclette[29]

Ca lumea.

„Lasă-mă să te părăsesc, lasă-mă să plec, lasă-mă să fiu din nou un tânăr nătărău”, i-ai zis tu.

Îți scoți ochelarii, ca să nu mai vezi decât la un metru.

Miopia este ultimul tău lux. Totul e minunat de vaporos, ca într-un videoclip.

Totul e suprafață.

Țin-te bine.

Ești în vârful societății de consum și pe creasta societății de comunicare.

Comanzi un sushi de ficat de gâsca la tigaie, cu piper de Sechuan și chutney[30] de pere, vițel cu sos de soia și oțet

balsamic.

În fața ta, o fată zâmbește.

O iubești. Ea n-o să știe niciodată.

Drace.

Era o clipă frumoasă.

Sprijinit în coate, de bar, visezi femei noi. Ți-a luat ceva timp ca să afli ce vrei de la viața: singurătate, tăcere, să bei, să citești, să te droghezi, să scrii și, din când în când, să faci dragoste cu o fată foarte frumoasă, pe care n-ai s-o mai vezi niciodată.

Când colo, era ora de dat muie a copywriterilor. Trecând prin Bois de Boulogne, te oprești să cumperi o felație fără cauciuc. După douăzeci de minute, ești iar la agenție.

— Zburați-mă!

În holul lui Rosse, tu urli, dar nimeni nu te ascultă.

— Zburați-mă!

Câțiva stagiari pufnesc în râs, arătându-te cu degetul; ei cred că glumești, profita de asta pentru a-ți linge tălpile, hohotind la năzdrăvăniile tale jalnice.

— Zburați-mă!

Dar în open-space, nimeni nu te aude țipând. Și, după o clipă, înțelegi de ce se hlizesc toți: pe prohabul jeans-ului tău alb, ai urme de ruj.

Frazele tale sunt repetate toată ziua la televizor: „NU INOVAȚI, IMITAȚI”, „DE CE SĂ TRĂIEȘTI FĂRĂ KRUG?”, „TÂRÂTURĂ[31]. PARFUMUL CE-ȚI PLACE SĂ-L URĂȘTI”, „RADIO NOVA ESTE TOT TIMPUL FĂRĂ PERECHE”, „KENZO JUNGLE. ÎNCEARCĂ SĂ-L ÎMBLÂNZEȘTI PUȚIN”, „VIAGRA. GATA CU BRIDGE-UL”, „EUROSTAR. DE CE SĂ MERGI DE LA ROISSY LA HEATHROW, CÂND POȚI SĂ MERGI DE LA PARIS LA LONDRA?”, „CANDEREL. EȘTI FRUMOASĂ, EȘTI SUPLĂ, EȘTI TU”, „BOUYGUES TELECOM. AȚI CERUT VIITORUL?

NU ÎNCHIDEȚI”, „LACOSTE. TRANSFORMĂ-TE ÎN PĂRINȚII TĂI”, „CHANEL No.5 GATA DE PURTAT PRETUTINDENI”.

— Zburați-mă!

Vrei să fii tolănit pe o pajiște și să plângi privind cerul. Publicitatea a făcut că Hitler să fie ales. Publicitatea are misiunea de a-i face pe cetățeni să creadă că situația este normală, atunci când nu e. Ca și acei paznici de noapte din Evul Mediu, ea pare să strige încontinuu: „Dormiți, oameni buni, e miezul nopții, totul merge din plin, pâine, vin și Boursin, frumos, bun, Dubonnet, văzui Wasa, Mini-Mir, Mini-Pret, dar face maximum”. Dormiți, oameni buni. „Toată lumea e nefericită în lumea modernă”, ne-a prevenit Charles Péguy. Chiar așa: șomerii sunt nefericiți pentru că nu au de lucru, iar muncitorii pentru că au. Dormiți liniștiți, luați-vă Prozac-ul. Și, mai ales, nu puneți întrebări. *Hier ist kein warum*[32]?

Trebuie să recunoaștem că ceea ce se întâmpla pe fața acestei planete nu e prea important la scara universului. Ce este scris de un pământean va fi citit doar de un alt pământean. Este foarte probabil că galaxiilor să nu le pese de faptul că cifra de afaceri a lui Microsoft este echivalentă cu PNB-ul Belgiei și ca averea personală a lui Bill Gates este evaluată la 100 de miliarde de dolari. Tu muncești, te legi de niște ființe, iubești câteva locuri, te agiți pe o piatră care se învârtește în întuneric. Ai putea s-o lași mai moale cu pretențiile. Ți-ai dat seama că nu ești decât un microb? Exista un Baygon pentru o insectă dăunătoare ca tine?

Nu asculți decât discuri cu sinucigași: Nirvana, INXS, Joy Division, Mike Brant. Te simți bătrân deoarece nu mai poți de mulțumire că asculți niște vinilinuri de 30 de centimetri. În Franța, sunt 12.000 de sinucideri pe an, ceea ce face mai mult de o sinucidere pe oră, în tot timpul anului. Dacă citiți cartea asta de o oră, PAC, un mort. Două

ore, dacă citiți încet? PAC, PAC. Și așa, mai departe. 24 de cadavre voluntare pe zi. 168 de întreprinderi voluntare de vieți, pe săptămână. O mie de oameni care au ales moartea, în fiecare lună. Un măcel de care nimeni nu vorbește. Franța e o gigantică secta „Templul Soarelui". După un sondaj făcut de Sofres, 13% dintre francezii adulți „au luat în considerație cu seriozitate" ideea de a-și curma viața.

În fiecare dimineață, consulți patru mesagerii: robotul telefonului de la domiciliu, pe cel de la birou, cutia vocală a mobilului și e-mail-urile de pe Mac. Numai cutia de scrisori îți rămâne goală, în disperare. Nu mai primești scrisori de dragoste. N-ai să mai primești niciodată foi de hârtie acoperite cu o caligrafie timidă și udate de lacrimi, parfumate cu dragoste și îndoite cu emoție, cu adresa copiata grijuliu pe plic și purtând o atenționare pentru postaș: „Nu-ți rătăci drumul, o, postașule, du-i această importantă epistola destinatarului atât de dorit..." Oamenii se omoară pentru că poșta nu le mai aduce decât pliante publicitare.

Cedezi în fata tentației ultravioletelor. Îndată ce te simți deprimat, adică tot timpul, și te cadorisesti cu o ședință de U. V. De aceea, cu cât ești mai sictirit, cu atât ești mai bronzat. Tristețea îți dă o mână bună. Disperarea este insolația ta. Cum să descoperi că ești nefericit? Obrazul tău iradiază. Crezi că, dacă te bronzezi, rămâi tânăr, când, de fapt, e pe dos: pe boșorogii zaharisiți îi recunoști după bronzul lor permanent. În zilele noastre, doar babalâcii au timp să-și aureasca gulia. Tinerii sunt palizi și neliniștiți, în timp ce bătrânii sunt bronzați și zâmbitori (pensia fiindu-le plătită de primii). Asta cauți tu, să semeni cu Jacques Séguéla? Până la urmă, U. V.-urile or să te prăjească.

Era la Méga-Rail, mahala de partaj... Scuza fiind cocaina. Sunt multe lucururi pe care n-ai fi cutezat niciodată să le faci fără ea, că, de exemplu, s-o mătrășești

pe Sophie ori să scrii un asemenea calambur. „Zăpada” e tare-n spate, rabda. În timp ce îți scrii cartea pe calculator, îți închipui că ești un agent secret infiltrat în nucleul sistemului, o „cârtita” care are misiunea de a spiona pe șest mecanismele de intoxicare a opiniei. (La urma urmei, CIA nu-i, și ea, tot o Agenție?). Mercenar și totodată spion, îți aduni informațiile top-secrete pe hard disc. Dacă întâmplarea va face să fii prins, vei fi torturat până când vei restitui microfilmele. Tu n-ai să vorbești, ai să acuzi drogul. Când ai să fii pus la detectorul de minciuni, ai să juri cu cerul și pământul că, în toată tărășenia asta, tu n-ai fost decât o... santinela.

Prin fața casei tale, întâlnești în fiecare zi un *homeless* care îți seamănă. E sosia ta: slab, înalt, palid, cu fata suplă. Ești tu cu barbă, tu murdar, tu prost îmbrăcat, tu mirosind urât, tu cu cercel în nas, tu fără bani, tu cu o respirație de șacal, tu cel ce vei fi în curând, tu când o să se învârtească roata, tu lungit peste o gură de aerisire de la metrou, cu picioarele goale și însângerate. Nu cumperi *Le Réverbère* de la el. Când și când, răcnește din răsputeri: „CINE SEAMĂNĂ VÂNT, CULEGE FURTUNĂ!”, apoi adoarme din nou.

Îți petreci nopți întregi în fata Playstation-ului. Cu 20 de euro, inclusiv TVA, te-ai abonat la cubul Playstation. De șapte ori pe an primești „Cd-uri demo, cu invitația de a cumpăra și cu un chestionar de evaluare, care îi permite firmei Sony să-ți măsoare procentul de posesie, intențiile de cumpărare, gradul de satisfacție și comentariile deschise”.

Te fatai ore în șir prin supermagazin, zâmbind în fața camerelor de supraveghere. Alt lucru pe care l-ai înțeles din meseria ta: în curând, ele nu vor mai folosi doar la arestarea cleptomanilor. Web-cam-urile cu infraroșii, ascunse în plafoanele false și conectate la computerul central, le vor permite în curând distribuitorilor să-ți

cunoască obișnuințele de consum – identificând codurile de bare ale mărfurilor pe care le cumperi – și să-ți propună promoții, să te facă să guști produse noi, să te orienteze vocal către raioanele pe care le preferi. În curând, nici n-o să mai trebuiască să te deplasezi: mărcile îți vor cunoaște gusturile, deoarece frigiderul tău va fi branșat la Net și vor veni direct la tine, să-ți livreze produsele care îți lipsesc, iar viața îți va fi în întregime repertorizată și industrializata.

Tocmai ai primit un plic din hârtie Kraft[33], format A4. Nu trebuia să fii disperat: până la urmă, cineva tot ți-a scris. Deschizi plicul și găsești în el o fotocopie laser ciudată, în alb și negru. Textul imprimat rudimentar înșiră câteva cifre: „435.0 bg4 fr15 pse12 rj33 gm f2, alr 1 i/l ml dr55", cu data și ora în stânga, sus. Rămâi perplex. Printre petele albe pe fond gri, descoperi, în cele din urmă, după ce cauți bine, un ochi de extraterestru care te privește țintă, două brațe, un început de nas, aici poate ceva ce seamănă a ureche... Recunoști o ecografie. Această operă de artă abstractă este însoțită de un bilețel scris de mâna. „E prima și ultima oră când îți vezi fiica. Sophie".

▫ 4 ▫

Au trecut câteva zile fără ca să bagi de seamă. Jean-François vine cu depresia lui în biroul tău.

— Am un feed-back prost de la bun început. Alfred Duler a sunat după ce a văzut caseta cu „Grind" și a zis că prea sunt mulți oameni de culoare. A declarat – citez: „Nu sunt rasist, însă negrii sunt ceva prea segmentant, or, noi trebuie să punem accentul pe faptul că produsul e francez. Nu-i vina mea că produsul nostru e alb și că, pentru a-l vinde, trebuie să arăți niște albi: nu e rasism că spui asta,

ce dracu, doar nu fabricăm iaurt negru! O să angajăm tipi black când o să scoatem gama MAIGRELETTE cu ciocolată!

Când a spus chestia asta, se pare că asistenții lui au pufnit în râs. Dar când a amenințat că o să scoată iar bugetul la concurs, nu s-a mai hlizit nimeni.

— Auzi, hai s-o lăsăm baltă, arunci tu. Reacționarul ăsta e personificarea mediocrității. Ai fi putut să-i amintești că produce deja o MAIGRELETTE cu dioxina... Ar trebuie să angajeze niște manechine diforme, iradiate, desfigurate și pline de puroi.

În sinea ta, te bucuri: pierderea unuia dintre cele mai mari bugete ale agenției constituie calea regală către îndeplinirea rugilor tale, paradisul puturoșeniei remunerate, o lungă inactivitate finanțată de colectivitate... Dar Jean-François se și vede în stradă. Pentru el, situația nu e la fel ca pentru tine: el a fost programat pentru o existență fără străzi. A făcut o mică scoala de comerț pentru băieții lu' tăticu', e însurat cu o adevărată otravă, a acceptat să fie insultat și umilit, timp de cincisprezece ani, de patronii și de clienții lui ca să poată face un împrumut la Societé Générale și să-și ia un apartament cu trei camere la Levallois-Perret. Singura lui distracție? Să asculte banda originală de la *Titanic*. Habar n-are că poate exista o altă viață. N-a lăsat niciodată ceva la întâmplare: viața lui nu vrea să ia o altă direcție. Nu și-ar mai reveni dacă Madone ar renunța la agenție. Îi dau lacrimile; chestia asta nu era prevăzută în planurile sale de carieră. Pentru prima oară de când s-a născut, are o îndoiala. Până la urmă, ar putea deveni uman.

— Știu eu prea bine că e o javră fascistă, bâiguie, dar trage la cântar 12M€...

Începi să-l iubești. În fond, deunăzi ți-a șters praful de la nas.

— Fii pe pace, te auzi spunându-i, Charlie și cu mine o s-o scoatem la vopsea, nu, Charlie?

— Mda, cred că a venit momentul să intrăm în alertă RadeBou de gradul Trei.

Marc Marronnier își strecoară capul pe ușa întredeschisa.

— Ei bine, băieți, aveți o moacă! Ai zice că sunteți trei salariați de la Rosserys & Withcraft... Na!

Se plesnește peste frunte.

— Am zbârcit-o! Asta și sunteți!

— Termină cu caterincă, Marc, se văicărește Jef, pe bune că suntem în rahat până-n gât, cu Maigrelette.

— Deh... Fabricanții de brânza degresată au osânza...

Marronnier îți arunca o privire condescendentă[34].

— Octave, Charlie, zice el, nu credeți că a sosit momentul să scoateți planul Aur Doi?

— Sunt deja în RadeBouTrei! Exclamă Jef. Dar, aaa... Dar în ce consta, mai exact, povestea asta cu RadeBouTrei?

Charlie face, atunci, un gest solemn. Își ridică brațele și ochii spre cer, inspira profund, expira zgomotos, ceea ce la el, înseamnă că se pregătește să ia cuvântul sau să omoare un animal mic și drăguț. După o lungă tăcere, se uită pentru ultima oară la Marronnier.

— Șefu'! Avem undă verde?

Șefu' da din cap înainte de-a ieși din biroul care gusta atunci o clipă de calm și seninătate cvasi zen... Charlie se întoarce încet spre tine și da drumul parolei:

— Rahatul de pe Urmă.

— Vine.

Și, de fata cu J. F., într-un minut, cu ceasu-n mâna, Charlie și cu tine trântiți reclama visată de toți clienții:

ceva drăguț, potolit, inofensiv și mincinos, destinat publicului larg de vitei behăitori (pentru că, în urma diferitelor manipulări genetice, de acum, vițeii pot fi făcuți să behăie).

Îi citești Rahatul cu voce tare:

„O încântătoare femeie (nici tânără, nici bătrâna), CU PIELEA ALBĂ, cu părul șaten (nici blondă, nici brună), se așază într-un balansoar (nici prea pricopsit, nici prea pârlit), pe terasa unei frumoase case de țară, decorată în stil „Sudist". Ea se uita în obiectiv și exclamă cu o voce suavă, însă autentică: **„Sunt frumoasă? Așa se zice. Dar eu nu-mi pun această întrebare. Sunt, pur și simplu, eu"**. Cu un gest calm (nici senzual, nici sofisticat) ia un borcănel de MAIGRELETTE, pe care îl deschide puțin (nici prea repede, nici prea încet) și gusta o linguriță (nici prea goală, nici prea plină). Gustând produsul, își închide ochii de plăcere (minimum două secunde). Apoi, își continua textul, privindu-i pe telespectatori drept în ochi: **„Am un secret: Maigrelette. O delicioasă brânza albă fără pic de materie grasă. Cu calciu, vitamine, proteine. Nu-i nimic mai bun pentru că trupul și sufletul să se simtă bine"**. Se ridică de pe scaun cu eleganță (dar nu prea multă) și încheie cu un surâs complice (dar nu din cale afară). **„Iată secretul meu. Dar acum nu mai e, pentru că v-am spus tot, hi hi"**. Și se pune pe un râs strengăresc (dar nu cine știe ce). Apare packshot-ul produsului (minimum cinci secunde) cu acest slogan: „MAIGRELETTE. DOAR LA MINTE NU EȘTI MICĂ.".

Jean-François trece, cât ai clipi, de la jale la euforie: tipul ăsta ar putea intra la Conservatorul de Artă Dramatică, secția de „mimi ciclotimici". Ne pupa mâinile, picioarele, gura.

— Mi-ați salvat viața, prieteni!

— Mda, bine! Totuși, fără familiarități, bodogănește Charlie, care se zgâiește la un film pe computerul lui, cu un bărbat sodomizat de o anghilă.

Iar tu îți dai seama ce tâmpenie ai făcut:

— Băga-mi-aș picioarele, o să mai fiu zburat când o zbura porcu'! Cu un spot ca asta, Philippe o să mă țină în trăi și berechet pe puțin zece ani. Iar o să le-o dăm la buci ălora de la Madone!

Dar Charlie are ultimul cuvânt:

— Poți să spui tu până nu mai poți că le-o dăm la buci, fiindcă în sinea ta știi prea bine că e invers.

Și Jean-François pleacă țanțoș nevoie mare, cu scriptul lui de rahat sub braț. Această scenă se desfășura pe la începutul mileniului trei după I. H. (Iisus-Hristos; excelent copywriter, autor a numeroase titluri rămase celebre: „IUBEȘTE-ȚI APROAPELE”, „LUAȚI, MÂNCAȚI, ACESTA ESTE TRUPUL MEU”, „IARTĂ-I, CĂ NU ȘTIU CE FAC”, „CEI DIN URMĂ VOR FI CEI DINTÂI”, „LA ÎNCEPUT A FOST CUVÂNTUL” – ah, nu, asta a fost a lui taică-su).

▫ 5 ▫

Cocaină bună costa 100 de euro gramul. Este scumpă dinadins: pentru că numai bogații să fie în formă, iar săracii să continue să se tâmpească cu Ricard.

Îi telefonezi Tamarei, dama ta favorită. Robotul ei îți răspunde cu o voce suavă: „Dacă vreți să mă invitați la un pahar, apăsați tasta 1. Dacă vreți să mă invitați la cină, apăsați tasta 2. Și, dacă vreți să mă luați de nevastă, fiți drăguț și închideți”. Îi lași numărul telefonului tău direct, de la agenție: „Sună-mă, umerii tăi sunt ca două ouă răscoapte, trebuie să-mi schimbi ideile, e urgent, vreau să-mi înting dumicații în viața ta, Octave”. Are un chip de care nu-ți poți dezlipi ochii.

Ghicitoare: Cine are o piele chihlimbarie și un corp de mexicanca cu ochi de eurasiatica? Răspuns: o arăboaică al cărei nume real nu e Tamara. Diseară vine la tine. I-ai cerut să se parfumeze cu „Obsession”, parfumul Sophiei.

Are voce răgușită, degete fine, sânge corcit. Trupu-i feminin este alcătuit din numeroase elemente nu lipsite de farmec: tendoane bronzate, ce leagă gleznele de gambe, unghii ojate la picioare, gropite risipite peste tot (de la comisura buzelor, la santulețul dintre fese), dinți a căror albeața contrastează cu purpuriul buzelor, arcuiri diverse (talpă, sale), rozuri variate (pometi, genunchi, călcâie, urme de supt), dar interiorul brațelor rămâne întotdeauna alb ca zăpada și gingaș ca emoția pe care o stârnește.

Da, era o epocă în care chiar și gingășia era de vânzare.

Tamara e o curvă cu care n-o pui. Pe minijupa ei stă scris „LICK ME TILL I SCREAM”[35], dar tu te mulțumești să-i lingi urechea (detestă chestia asta). Pentru 500 de euro, vine să doarmă la tine acasă. Înainte, ascultați împreună discuri: grupul „Il était une fois”, Moody Blues, Massive Attack. Ești gata să plătești sute și mii numai pentru clipa în care buzele voastre se atrag ca niște magneți. Nu vrei să te culci cu ea, doar s-o atingi, să-i simți atracția extraterestră. Amanții sunt niște magneți. Tu refuzi să bagi un cauciuc în Tamara. De aceea, nu faceți niciodată dragoste. La început, nu-l înțelegea pe acest client, care se mulțumea să-și înfășoare limba în jurul limbii ei. Apoi, a prins gustul dinților care mușcă ușor gura, al vârfului limbii nervoase, parfumate cu votcă, iar acum ea e cea care își baga limba dulce în gura ta și ventuza devine profundă, penetrație bucală – în care, limba ta devine mădular, îi linge obrajii, gâtul, ochii –, savoare, geamăt, suflare, dorința ațâțată. Stop. Te oprești ca să-i zâmbești la un centimetru de obraji, e nevoie să știi să aștepți, să degusti,

să încetinești și să reîncepi. Trebuie să le spui lucrurilor pe nume: uneori un sărut e mai frumos ca un regulat (futut).

— Ador părul tău.

— E peruca.

— Ador ochii tăi albaștri.

— Sunt lentile.

— Ador sânii tăi.

— E un sutien Wonderbra.

— Ador picioarele tale.

— Ah! În fine, un compliment.

Tamara izbucnește în râs.

— Mă faci să mă prostesc prea mult.

— E un cuvânt nou care vrea să spună că ești fericită?

— Exact în acest moment? Da.

— Exact în acest moment știu foarte bine că te prefaci.

— Mai întâi de toate, mă prefac, dar nu pentru că o fac pe bani. Chestia asta n-are nici un amestec aici. În al doilea rând, sunt mai degrabă fericită, ținând cont că eu câștig zece miare pe lună, cash.

— Banii aduc fericirea, da?

— Deloc, dar pun deoparte un purcoi ca să-mi cumpăr o casă și să-mi cresc copilul.

— Ce păcat! Aș fi vrut așa de mult să te fac nefericită.

— Nu sunt niciodată nefericita când iau bani.

— La mine e pe dos: îți dau bani ca să nu fiu nefericit.

— Ia-mă în brațe, în seara asta îți fac 10% reducere.

Își scoate bluza. Un lănțișor fin, de aur, îi înconjoară talia. Deasupra sânului drept are un trandafir tatuat.

— Acesta-i un tatuaj adevărat sau se șterge?

— Unul adevărat, poți să sugi, nu se va duce.

După câteva magnetizări, o filmezi pe Tamara cu camescopul numeric, în timp ce îi iei un interviu:

— Spune-mi, Tamara, chiar vrei să fii artistă sau e doar o glumă?

— E visul meu să fac meseria aceea, pe lângă... asta.

— Dar de ce nu ești manechin?

— Sunt, în timpul zilei. Ca multe fete care lucrează la Bar Bituric. Alerg tot timpul pe la castinguri. Numai că sunt atâtea fete și e așa de puțină treabă, încât trebuie să faci pe dracu-n patru ca să mai aduni un ban...

— Nu, te întrebam chestia asta pentru că... în fine, uite, ascultă: aș vrea să te propun pentru viitoarea reclama la Maigrelette.

— O. K., în seara asta, îți înghit *lapții pe daiboj*. */slobozul moca*.

— Nici vorbă, vezi-ți de treabă, oare n-ai înțeles că eu sunt noul Robin Hood?

— Cum așa?

— Totuși e simplu: iau de la bogați ca să le dau fetelor.

Dar, în unele seri, ai scoate de la chimir 500 de mangoți numai ca s-o săruți în ploaie și zău că i-ar merita. Fir-aș al dracu', i-ar merita din plin.

▫ 6 ▫

Zece zile mai târziu, la agenție este PPM (pronunțați pipiem): „Pre-Productiv Meeting”. Reuniunita în culmea maestriei sale. Nu se aude nici musca: normal, știe că ar risca să fie sodomizata cu violența. Alfred Duler a venit cu cei trei muschetari ai lui de la societatea Madone, aici erau doi de la marketing de la Rosse, producătoarea TV a agenției, doi copywriteri (Charlie și cu tine), realizatorul ales, care se numește Enrique Curjos, mai sunt

producătorul lui parizian, stilista lui depresivă, decoratorul lui englez și o cost-controloare cu lifting. Charlie a pariat cu tine: primul care pronunța cuvintele „anxiogen” și „a minoră” câștiga un prânz la Apicius.

— Modificările, începe producătoarea TV, au fost integrate în raport cu reuniunea de pe 12. Se așteaptă alte câștiguri, dar Enrique aproba alegerea agenției. Deci vi se va putea arăta caseta imediat.

Dar, ca întotdeauna la genul ăsta de reuniuni, videoul nu merge și nimeni nu știe cum să-l folosească. Trebuie chemat un tehnician, pentru că cele paisprezece persoane prezentate, reprezentând o masă salariala anuală de peste un milion de euro, sunt incapabile să facă să funcționeze o mașinărie căreia un copil de șase ani îi dă drumul cu brațul stâng și cu ochii legați. Așteptând sosirea salvatorului care va ști să apese pe butonul „play”, realizatorul recitește cât poate de tare nota lui de intenție.

— Nu trebuie ca fata să fie prea drăguță, o să fie una femeia proaspătă, una adultă tânăra.

Enrique Curjos a început ca fotograf de modă la *Glamour*, înainte de a deveni starul filmului publicitar estetizant, cu dominanta portocalie. Își cultiva accentul venezuelan, pentru că această notă de exotism este principalul motiv al succesului sau (aproximativ 500 de realizatori aflați în șomaj filmează exact ca el, adică flou, cu filtru din gros și o cu banda sonoră trip-hop, dar n-au de dat la greuceanu pentru că ei nu se numesc Enrique Curjos).

— You son personalamente favoravle ca să se citesca marca de la primul plan. Esta muy muy importante. Mă, trebuie să se pastrese una sona de creativitate, yo cred.

A fost ales el pentru că Joe Pytka nu era liber, iar Jean-Baptiste Mondino a refuzat. Toată lumea urmărește cu

degetul, ca la grădiniță, textul de pe copia proprie. Deodată, un muncitor în halat albastru intra fără să bată la ușă, oftează și pune în funcție magnetoscopul.

— Mulțumesc, Gégé, spune Jef, ce ne-am face fără tine?

— Ageamiilor, răspunde Gégé, ieșind din încăpere.

Jef se căznește să râdă.

— He-he-he! Al naibii Gégé. Bine, prin urmare, să ne uităm la înregistrarea castingului.

Cei paisprezece ageamii o văd, atunci, pe frumoasă Tamara – cu torsul gol în Wonderbra negru – care declara, privind spre camera și mușcându-și buzele:

— E visul meu să fac meseria aceea, pe lângă... asta. Alerg tot timpul pe la castinguri. Numai că sunt atâtea fete și e așa de puțină treabă...

Tu iei cuvântul la iuțeală, zicând că e un casting pe nepregătite, o manechină excepțională, pe care ai filmat-o întâmplător și că se va organiza chiar de mâine un call-back[36] cu fata asta, pentru ca să interpreteze textul exact.

Alfred Duler întreabă dacă la post-prod va putea fi retușata, ca să i se mai deschisă nuanța pielii.

— Bineînțeles, nici o problemă. Va fi cu totul B. A. R. (Bleu-Alb-Rosu)[37].

Șefa lui de publicitate, un cârnat cât malu', într-un taior Zara, nu va deschide gura decât o singură dată, ca să spună:

— Ceea ce trebuie e să ațâțe pofta.

Sunt impresionanți, toți oamenii ăștia pe care nu-i regulează nimeni și care, cu toate astea, lucrează cât e ziua de lungă pentru a aprinde dorința în milioanele de consumatori.

Producătoarea TV notează în carnețel: „O. K. Tamara, sub rezerva call-back și deviz paint-box pentru albit fata”.

Alfred Duler reia cuvântul:

— Aș vrea să precizez că suntem foarte fericiți să lucrăm cu Enrique, a cărui banda demo e formidabilă, mai ales pentru că știm că e cineva care știe să rămână foarte profesional în abordarea vizuală a reclamei.

(Traducere simultană: „Am ales un realizator docil, care nu va schimba nimic din scriptul vândut”).

— Și, Enrique, apreciez ceea ce ai spus despre marca. Noi, toți cei de față, știm că aici nu suntem la Clubul Poeților. Este crucial ca logo-ul Madone să fie bine identificat chiar din prima imagine al filmului.

— Și, și. Yo gândesc să fac una packshot foarte luminosa.

Atunci, ia cuvântul stilista:

— Spusesem că ar fi bine dacă n-ar fi prea trist la nivelul hainelor.

Flutură niște tec-shirt-uri colorate.

— Putem găsi ceva roșu, lucruri flashy, ca astea.

— Da, zice unul dintre șefii de produs, pentru a-și justifica prezenta la PPM (și, prin extensia, în sânul societății Madone), bineînțeles, însă trebuie un stilism de demi-sezon pentru ca să putem folosi filmul tot anul.

— Vis-a-vis de ce s-a spus la reuniunea de pe 12 – adaugă cost-controloarea, inspectoare pentru lucrări finite, plătită de Madone să critice tot și, astfel, să facă tarifele să scadă (cu excepția tarifelor sale) ar mai trebui un plus de zburdălnicie.

— Evident, întărește Jef, s-a specificat asta pe 12.

Toți tremura ca niște animale[38]. Stilista e roșie ca tee-shirt-urile ei.

— Am adus și cămașa asta...

Toată lumea se pune pe criticat cămașa, până în momentul în care observă că și clientul poarta una la fel.

— Ascultați, spune Charlie, avem un contract de bază, dar pot fi totuși autorizate unele spontaneități în cursul turnării, nu?

Toate privirile se întorc spre Alfred – Duler – e – un – bou.

— Sunt obligat să amintesc că Madone semnează un decupaj (Decoupage, fr., imagine, figura destinată să fie decupata.) și că, dacă nu găsim asta la montaj, filmul se aruncă. Exista un contract: în această privință, sunt categoric.

— Bineînțeles, dârdâie Jef, agenția se angajează să revină cu ceea ce vi s-a arătat.

Și discuția continua tot așa ore în șir. Se lasă seara. Și tu notezi totul, scrupulos ca un grefier – scribul dezastrului contemporan. Fiindcă aceasta reuniune nu e un simplu „detaliu" din istoria celui de-al Treilea Război Mondial.

— Să adăugăm adverbul „cu lăcomie", pe nota de intenție a turnării. Este o obligație.

— Chiar e nevoie de treizeci de secunde? Nu putem spune povestea în douăzeci de secunde scurtând toate planurile?

— O. K. O să taimăm[39] planurile, dar asta riscă să speedeze[40] totul.

— O să fim hiper-cut[41].

— Din moment ce atribuția IPSOS nu are de suferit din cauza asta, cred că putem să-l difuzăm în douăzeci de secunde.

— Să înlocuim pe nota „cu lăcomie" prin „irezistibil". E foarte important să punem emfază[42] pe chestia asta. Consider că e o obligație.

— Trebuie să fie un produs în fața căruia nu poți rezista. Vă amintesc că o să pre-testam filmul înainte de antenă.

Dacă studiile noastre asupra consumatorilor nu sunt categorice în privința asta, bulim filmul.

— Vă recitesc nota de intenție: „Consumarea produsului: după ce a deschis cutia de MAIGRELETTE, femeia va mânca în mod irezistibil, cu deliciu, precum și cu lingura”.

— Octave, te crezi nostim?

— Am putea vizualiza fata în timp ce merge cu produsul în mâna...

— Ah, nu! Opriți-vă imediat! Maigrelette nu-i un iaurt ambulant!

Tu notezi tot ce spun ei, pentru că e prea adevărat pentru a fi frumos.

— Să trecem, acum, la reperaje: are cuvântul Tony.

— Noi am visitey mai multey, case în djurul luy Miami. E many possibilities: foarte deschisă sau cu marea garden sau multe mai modernă aici vezi foto e forte terasă, veranda sau se pote într-o fermă traditionel, da?

— Mă, zice Enrique, Zony ne dai a ta reco, care está ta recommandacion?

— Eu găsesc che e bine una classic casa, cu peron la față, e mai drăguță pentru tine, eu cred. Nu trebuie făcut un lucru plicticos, nu?

— Yo sont okay dacă tu está okay.

— Să ne întoarcem la plan-produs.

— Trebuie să fie un iaurt care e în viață, nu știu, pus pe iarbă, pentru a emfatiza ideea de natură.

— E un produs ludic dar dat în mă-sa de sănătos.

— Valoarea noastră ultima, se screme, până la urma Duler, e dragostea. Clienții noștri cumpăra dragoste (asta o să-i placă Tamarei, te gândești tu). Noi nu vindem un iaurt, vindem lapte de mama! De-aia suntem worldwide[43]! Dragostea e mondială. Trebuie gândit worldwide! Reflectat

worldwide! Căcat worldwide! Asta cred eu că e vocația lui Maigrelette.

Deodată, Philippe intra fără să bată în ușă. Zice să continuăm, să facem ca și cum el n-ar fi acolo; totuși, reluăm ședința de la început, deranjați din când în când doar de soneria mobilului sau pe care nu l-a închis.

— E o femeie de femeie. Are un blug simplu, vezi, un tee-shirt cu mâneci lungi, trebuie suprasubliniat că e relaxată, dar elegantă.

— E Sharon Stone pe brun și mai în junior.

— Sunteți sigur că madam' Michu din Valenciennes o să se recunoască în ea?

— Atenție: ea e middle class.

— Nu pare prea europeană.

— N-avem nimic împotriva magreboienilor, dar riscăm ca ținta să nu se identifice cu ea.

— E doar nițeluș mai „sudică", asta e tendința, la modă sunt tenurile mate à la Inès Sastre – Jennifer Lopez – Salma Hayek – Penelope Cruz.

— Care-i aia Salma Hayek?

— Enrique a văzut 80 de fete și ea prinde cel mai bine lumina.

— Este absolut în ton cu marca, liberă, senzuala, totalmente MAIGRELETTE.

— Està magnifico.

— Very cute[44].

— Care-i aia, Salma Hayek?

— Ce-i drept, transmite o emoție către cameră.

— Nu sunt împotriva validării acestei alegeri după vizionarea call-back-ului.

— „Ambianța de țară, liniștită, dar dinamică. Iarba va trebui să fie verde, însă mediteraneană. Sunete naturale, păsările cântă”.

— Va trebuie să ne gândim să montăm niște greieri, la mixaj.

— Care-i aia Salma Hayek?

— E o gagică din modă latino.

— E pe coperta la *Vogue*-ul englezesc din septembrie.

— N-o știu.

Stilista, stând să facă o criză de nervi, înșiră pe masa douăzeci de perechi de ochelari pentru ca să-i aleagă chiar clientul pe cei ce vor fi purtați pe cap de Tamara. După douăzeci de minute, se ia, în fine, hotărârea de a fi aduși toți la turnare, iar alegerea să fie făcută pe loc. (prin urmare, se ia hotărârea de a nu se hotărî nimic).

— Muzica: cinci muzicieni au trimis macheta. Le ascultăm?

Demo 1:

— Prea de ultimul răcnet.

Demo 2:

— Prea hard.

Demo 3:

— Prea kitsch.

Demo 4:

— Prea lent.

Demo 5:

— Prea cheap[45].

— „Pentru acțiune, notează producătoarea, de cerut muzicienilor să revadă lucrările”.

— Mă opun contra-plonjeurilor pe planul degustare. Mi-e teamă să nu fie deformată fata. Mi-ar plăcea mai mult

ceva așa, mai clasic, la nivel de branding.

În acest moment, Charlie tocmai câștiga un prânz la Apicius:

— Credeți că e o chestie anxiogenă? Am putea-o minoră.

Atunci, Președintele Philippe se ridică, și, înainte de a părăsi reuniunea, se întoarce spre producătoarea TV a agenției:

— Foarte bună reuniunea, Marține, bravo, e o treabă foarte bună, ești nouă aici? Îți urez bun-venit la Rosse, Marc a făcut bine că a angajat oameni hiper-eficienti, ca tine.

— Philippe, mă cheamă Monique și se împlinesc cinci ani de când lucrez aici, i-a trântit, atunci, producătoarea TV, cu o răceală cât se poate de scuzabilă.

▫ 7 ▫

Și iată-ne acum subțire de-a binelea[46].

Ai pierdut 17 kile în trei luni. Nu te mai alimentezi decât pe nas. În fiecare dimineață te trezești cu un bloc de cretă solidă în nasul tău ca de ghips. Ajungi la birou după-amiaza, la ora 5 și 35. Când Marc Marronnier îți face observație, îi răspunzi:

— Fac grevă până mă zbori.

— Dar ce ai? Vrei o mărire?

— Nu, vreau să las toate baltă, de-adevăratelea.

— Cine te-a chemat? CLM? BDDP?

— Da' de unde, vreau să mă opresc! Nu înțelegi că sunt pe punctul de a crăpa? Uită-te cum am slăbit!

— Faptul că semeni cu Kate Moss nu e un motiv pentru ca să fii concediat.

— Dar o să mor de tumoare la creier!

— Imposibil, n-ai creier!

— Dar eu sunt din ce în ce mai puțin pe undă cu publicul.

— Știu, dar avem nevoie de tine, ca să vorbești cu CSP.

Porți un costum Eric Bergère, o cămașă Hedi Slimane, făcută pentru Saint Laurent Rive Gauche-Barbati, pantofi Berluti, un ceas Royal Oak de la Andemars Piguet (așteptând un Samsung Watch Phone, care va fi și telefon mobil), ochelari Starck Eyes, slipi Banana Republic cumpărate la New York. Ești proprietarul unui apartament de cinci camere în Saint-Germain-des-Prés, decorat de Christian Liaigre. De asemenea, deții:

— O combină hi-fi Bang & Olufsen verticală cu lectori de CD-uri programabile de la distanță;

— Un televizor Cosmo bi-banda GSM echipat cu un data-fax integrat;

— Șase scaune Louis XV moștenite de la bunici;

— Un taburet „Barcelona" de Mies van der Rohe;

— O bibliotecă Jean Prouvé, conținând integrală „Pléiade" (niciodată deschisă);

— Un video tri-standard Sony;

— Noul Flat TV Philips;

— Un *lector* DVD portabil Sony Glasstron;

— Un Lounge Chair Charles Eames/1956);

— Un Playstation Sony;

— Un frigider cu ușa dublă General Electric (umplut cu caviar oscioetru Petrossian, ficat de gâsca cu trufe, semipreparat, de la Pétite Auberge și șampanie Cristal Roederer) cu un congelator uriaș și cu distribuitor automat de cuburi de gheață;

— O cameră numerică Sony PC 1 (360 de grame, 12 cm înălțime, 5 cm lățime);

— Un aparat foto numeric Leica Digilux Zoom;

— 24 de pahare de cristal Puiforcat;

— Trei stampe originale de Jean-François Jonoelle;

— Un Basquiat de trei metri pătrați și un desen de David Hockney;

— Un afiș de Jean Cocteau;

— O măsuță joasă de abanos Modenatura;

— Câteva origiale de Pierre Le Tăn, Edmond Kiraz, René Gruan, Jean-Jacques Sempé, Jean-Philippe Delhomme, Voutch, Mats Gustafson;

— Un lampadar Urban Outfitter;

— 8 perne bej cu alb din pashmina, de la Maisons de Famille;

— Autograful înrămat al Laetitiei Casta;

— Portretele tale făcute de Mario Testino, Ellen von Unwerth, Jean-Baptiste Mondino, Bettina Rheims, Dominique Issermann;

— Pozele tale alături de Inès Sastre, Gérard Dépardieu, Ridley Scott, Eva Herzigova, Naomi Campbell, Carla Bruni, David Lynch, Thoerry Ardisson;

— O cramă plină cu primele clasate dintre marile soiuri bordeleze, livrate de pivnițele Angé (Bul. Haussmann, nr. 116, Paris): Chasse-Spleen, Lynch Bages, Talbot, Petrus, Haut Brion, Smith Haut Laffitte, Cheval Blanc, Margaux, Latour, Monton Rothschild...;

— O mie de compact discuri, DVD, CD-romuri și casete VHD;

— Un BMW Z3, cu locul lui de parcare – închiriat cu anul – sub Café de Flore;

— O sosie homeless, în fața casei;

— Cinci perechi de Berluti, trei perechi de Nike Air Max, o pereche de Adidas Micropacer (cu cronometru integrat și

microcomputer care măsoară distanța parcursă);

— Trei paltoane din cașmir Hermès și trei de antilopă Louis Vuitton;

— Cinci costume Dolce e Gabbana și cinci Richard James;

— **Sumo**, cartea gigant cu fotografii de Helmut Newton, apărută la editura Taschen (50x70 cm), cu suportul ei desenat de Philippe Starck;

— Cinci blugi Helmut Lang și cinci perechi de mocasini Gucci;

— Douăzeci de cămăși Prada și douăzeci de tee-shirturi Muji;

— Zece pulovere din cașmir Tsé, cu firul în 18, de la Huysen Chalayan și zece Lucien Pellat-Finet (tot ce nu e de cașmir te zgârie în mod insuportabil, în afară de vigonia);

— Un dulap conținând integrala colecției APC, pe ultimele zece sezoane;

— Un taplon de Ruben Alterio;

— Zece perechi de ochelari de soare Cutler and Gross;

— O baie echipată, în întregime, în Calvin Klein (prosoape de baie, halate, port-savon, produse cosmetice, parfumuri, cu excepția loțiunilor care vin de la Kiehl's din New York);

— IMac-ul roz pe care e redactata cartea asta, un iBook oranj conectabil la Internet, fără cablu, și o imprimantă color Epson Stylus 740.

Majoritatea celorlalte obiecte pe care le deții vin de la Colette. Dacă nu vin de la Colette, înseamnă că vin de la Catherine Memmi. Dacă nu vin nici de la Colette, nici de la Catherine Memmi, înseamnă că nu ești la tine acasă.

Rareori cinezi la restaurante cu prețuri sub 100 euro de persoană. În călătorie, dormi numai la hoteluri Relais și

Châteaux. Se fac trei ani de când nu mai iei avionul decât la Business Class (altfel, faci cârcei când dormi), învelit cu o cuvertură de cașmir (altfel te înțeapă; vezi mai sus). Cu titlu de informație, un bilet dus și întors Paris-Miami costa 62.000 de franci (10k euro).

Cu toate lucrurile astea, care îți aparțin, și cu viața asta, pe care o duci, logic, ești obligat să fii fericit. De ce nu ești? De ce îți îndesi încontinuu nasul în „zăpadă”? Cum poți fi nefericit cu 2 milioane de euro în bancă? Dacă ești la capătul atei, atunci cine e la capătul celălalt?

Deunăzi, ai izbucnit în lacrimi în fața magazinului Bonpoint de pe strada Universității. În fata pătuțurilor de lemn alb, a lămpilor în formă de ursuleț, a botoșeilor gris-perle pentru copiii de trei luni, a salopetelor de 55 de euro a unui minipulover de 94 de euro te jeleai ca un tâmpit, iar clienții ieșeau îngroziți din magazin, convinși că bietul tip care bârâia în fata prăvăliei își pierduse copilul într-un accident de mașină, tu însă n-ai avut nevoie de accident că să-ți pierzi copilul.

Te duci să te trotilezi în bucătăria ta gigantică. Te îndrepți spre frigiderul ultramodern. Te oglindești în el. Nervos, apeși pe distribuitorul de cuburi de gheață. Paharul tău de Absolut da pe dinafară de cuburi. Continui să apeși pe maneta până când pardoseala bucătăriei se acoperă de ice-cubes. Apoi, programezi mașinăria pe „gheață spartă”. Ninge pe marmură neagră. Îți contempli chipul în frigiderul cel mai scump din lume. Era mai ușor să ai un comportament de celibatar întârziat, când știai că acasă există cineva care te aștepta cu dragoste. Ești atât de drogat, că îți sugi votca cu paiul. Simți că se apropie colapsul. Îți vezi decăderea în oglinda: știai că, din punct de vedere etimologic, „narcisic” și „narcotic” vin din același cuvânt? Ai golit, pe jos, rezervorul de gheață. Aluneci și te pomenești lungit pe zece centimetri de gheață spartă. Te

îneci în cuburi reci. Ai putea adormi în mijlocul acestor mii de aisberguri. Să te scufunzi ca o măslină la fundul unui pahar uriaș. Absolut Titanic. Plutești pe un patinoar artificial. Obrazul înghețat îți adera la pardoseala. Cu ce e sub tine ai putea să răcorești un regiment; și chiar tu ești o armată în plină retragere din Rusia. Sugi pardoseala. Îți înghiți sângele care curge, din nas, direct pe gât. Înainte să-ți pierzi cunoștința, mai ai timp doar ca să chemi, pe mobil, Ambulanta.

NE ÎNTÂLNIM IMEDIAT DUPĂ... ASTA.

UN TÂNĂR INTRĂ ÎNTR-O SPĂLĂTORIE AUTOMATĂ. SE OPREȘTE ÎN FAȚA UNEI MAȘINI DE SPĂLAT ENORME, DE 2 METRI ÎNĂLȚIME. BAGĂ MAI MULTE MONEDE ÎNTR-O FANTĂ, APOI SCOATE DIN BUZUNAR UN PACHET DE DETERGENT ARIEL, ÎȘI TOARNĂ PUȚIN ÎN PALMĂ ȘI ÎL TRAGE PE NAS. ÎȘI SCUTURĂ CAPUL, PARCĂ ÎNVIORAT DE PRAFUL ARIEL, PE CARE L-A TRAS PE NĂRI. APOI, DESCHIDE HABLOUL MAȘINII DE SPĂLAT ȘI INTRĂ ÎNĂUNTRU CU TOTUL, FĂRĂ SĂ-ȘI SCOATĂ HAINELE. SE AȘEAZĂ TURCEȘTE ÎN CUVĂ. CÂND ÎNCHIDE UȘA, MAȘINA SE PUNE ÎN FUNCȚIUNE. ESTE TRÂNTIT DE ACOLO-ACOLO, STROPIT CU APĂ CALDĂ. CAMERA SE ÎNTOARCE CU 360° PENTRU A ARĂTA ROTAȚIA RAPIDĂ DIN INTERIORUL TAMBURULUI.

DEODATĂ, MIȘCAREA SE OPREȘTE. DIN MAȘINĂ, BĂRBATUL ZĂREȘTE O TÂNĂRĂ FOARTE SEXY, ÎN MINIJUPĂ, CARE INTRĂ ÎN SPĂLĂTORIE. TÂNĂRA SE DUCE SPRE MAȘINA GIGANTICĂ. VĂZÂNDU-L PE BĂRBAT ÎNĂUNTRU, DESCHIDE HUBLOUL ȘI ÎI ZÂMBEȘTE. EL SCUIPĂ O GURĂ DE APĂ ȘI CLĂBUCI. EA SURÂDE, VĂZÂND PACHETUL DE ARIEL PUS ÎN FAȚA MAȘINII, ÎȘI BAGĂ MÂINILE SUB FUSTĂ MINI ȘI ÎȘI SCOATE CHILOȚII, PE CARE ÎI ARUNCĂ PESTE TÂNĂRUL DIN TAMBUR, ÎNAINTE

DE A ÎNCHIDE IAR HUBLOUL ȘI DE A REPUNE ÎN FUNCȚIUNE MAȘINA. TÂNĂRUL MOARE ÎNECAT, SCOȚÂND BULE DE AER ÎN FAȚA GEAMULUI.

LOGO ȘI PACKSHOT ARIEL – SLOGAN: „ARIEL ULTRA. CURĂȚENIE ULTRA CHIAR ÎN MAȘINĂ”.

• III •
El •

„Venise vremea în care țările bogate, împânzite de industrii, acoperite de magazine, descoperiseră un nou crez, un proiect demn de eforturile depuse de om de mii de ani încoace; să facă din lume o singură și uriașa întreprindere”.

RENÉ-VICTOR PILHES, Cel ce blestema, 1974

▫ 1 ▫

Conform Crucii Roșii, un miliard de persoane trăiesc în bidonville-uri *(Bidonville*, fr. – zona suburbană, mahala.), dar asta nu l-a împiedicat pe Octave să-și regăsească pofta de mâncare: priviți-l cum își roade unghiile; e un început. Marrionnier l-a trimis într-o cură de dezintoxicare, de o lună, la casa de sănătate Bellevue (Strada Onze Novembre, nr. 8, Meudon), pentru că Centrul Kate Barry din Soissons pusese afișul „ocupat”. Patronii din domeniul creației sunt ca medicii-dealeri din Turul Franței: își dopează campionii pentru performanta și îi dreg când sunt avariați. Iată de ce Octave a trecut din CP în CP – din casa particulară în clinică.

În fiecare dimineață, se duce în parc, face slalom printre stejarii centenari și bolnavii psihici. Nu citește decât scriitori sinucigași: Hemingway, Kawabata, Gary, Chamfort, Seneca, Rigaut, Petronius, Pavese, Lafargue, Crevel, Zweig, Drieu, Montherlant, Mishima, Debord, Lamarche-Vadel, fără să le uiți pe fete: Sylvia Plath și Virginia Woolf. (Cineva care nu citește decât autori sinucigași, este cineva care citește mult). Ca să facă goange, asistenții lui i-au trimis prin Chronopost un pachét de

fainã. Psihiatrul sau n-a apreciat glumã. Charlie i-a *teleîncârcat*/uploadat pe iBook un film în care o gagicã are un pumn în *fofeaza*/pizda și cu un altul în *fund*/cur. El a început iar sã zâmbeascã. Tratamentul experimental cu BP 897 trebuia sã-l scape total de urmãrile sevrajului de cocainã. Dacã toate merg bine, în curând va putea sã se uite la un card bancar fãrã sã strãnute.

În sala de mese, întâlnește noi boli. De exemplu, vecinul sãu de etaj îi declarã cã e sidofil (o nouã perversiune sexualã).

— Filmãm fetele care se lãsau cãlãrite, fãrã cauciuc, de un complice atins de sida. Fata, bineînțeles, nu știa niciodatã. După aia, o filmãm pe șest când se ducea la un laborator, ca sã-și ia rezultatul testului. Momentul care mã fãcea sã juisez era fața cu care fata descoperea cã e seropozitiva. Ejaculam când deschidea plicul. Eu am inventat sidofilia. Dacã ai ști ce bine e când le vezi izbucnind în plâns, la ieșirea din laboratorul de analize, cu foaia lor „HIV+” în mâna. Dar m-am oprit, pentru cã poliția mi-a luat toate casetele. Oricum, o sã mor în curând. Dar sunt bine acum, sunt bine. Sunt bine. Acum îmi merge bine acum sunt bine sunt bine sunt bine sunt bine sunt bine acum sunt bine.

Îl apucã fâțâiala, își îmbãloșează cu puțin piure de morcovi bãrbia plinã de tulee.

— Și eu, zice Octave, sufãr de o psihopatie sexualã destul de ciudatã. Sunt trecutofil.

— Ah? Da' asta ce mai e?

— O perversiune care mã fãcea sã fiu obsedat de o fostã. Dar și eu sunt bine sunt foarte bine acum îmi merge îmi merge bine bine acum foarte bine sunt bine bine bine bine.

Sophie n-a venit sã-l vadã. Mãcar era la curent cu internarea lui? După trei sãptãmâni, Octave a râs de multe

ori, privindu-i pe schizofrenicii care se strâmbau prin grădină: acest spectacol i-a amintit de agenție.

— Viața este alcătuită din copaci, din maniaco-depresivi și din veverițe.

Da, se poate spune că, acum, e mai bine: își face laba de șase ori pe zi. (Gândindu-se la Anastasia, care linge *fofeaza*/vaginul Edwinei care îi bea sperma lui). (Bun, de acord, poate că Octave nu e complet restabilit).

În orice caz, pentru el, venise vremea să se schimbe. Prea era din anii 80, cu prafurile lui, cu costumele lui negre, cu mălaiul lui și cu cinismul lui de doi bani. Moda evoluase: nu mai trebuia să-și etaleze reușită și munca, ci să facă pe pârlitul și să aibă un aer de pierde-vară. Nivelul scăzut era obligatoriu în primii ani ai noului secol. Stahanoviștii profesionali căutau să semene cât mai mult posibil cu șomerii lefteri. Gata cu stilul Séguela – zgomotos, bronzat – îmbratarat – vulgar și cu reclamele cu storuri venețiene sau cu un ventilator pe tavan, filmate de Ridley Scott. În publicitate au fost mode ca peste tot: în anii 50, era calamburul; în anii 60, comedia: în anii 70, gașca de tineri; în anii 80, spectacolul; în anii 90 decalajul. De acum, trebuia să porți o pereche de Adidași vechi, un tee-shirt Gap găurit, un jean împuțit Helmut Lang și să-ți tai barba în fiecare zi, ca să pară de trei zile. Trebuia să ai părul gras, zulufi, căciulița, să faci mutre ca în revista Dazed & Confuzed și să vinzi filme alb-negru în care niște lungani anorexici cânta la chitara cu pieptul gol. (Sau cu limuzine care rulează la ralenti, pe fond verzui, în culori săturate, și plozi portoricani care joacă volei în ploaie). Cu cât erai mai înfiorător de burdușit cu mangoți (o dată cu Internetul, averile căpătaseră trei zerouri suplimentare), cu atât aveai mai tare aerul unui *homeless*. Toți noii miliardari purtau bascheți putreziți. Octave hotărâse de altfel că, la

ieșirea din balamuc, să ceară sfaturi de stilism de la sosia lui, boschetarul.

— Curioasă impresie: când eram mic, anul 2000 părea ceva de science-fiction. Trebuie să fi crescut de atunci, pentru că, în prezent, anul 2000 e anul trecut.

Octave a avut destul timp să mediteze în această casă mare clădită la sfârșitul secolului XIX. S-ar zice că, la Meudon, timpul trece mai încet. Octave se preumbla pe pajiște și ia de jos o pietricică în vârsta de două mii de ani. Spre deosebire de tuburile cu pastă de dinți, pietricelele nu mor niciodată. O aruncă departe, sub un copac; ea va fi acolo și în momentul în care citiți aceste rânduri. Pietricica își va petrece, poate, următorii 2000 de ani în același loc. Asta e: Octave este gelos pe o piatră.

El notează:

Dă-mi părul tău de abanos, Și trupșorul viguros, Sărea din ochiu-ți lăcrimos, Albastrul lui cel riguros.

Dar, neavând cui să-i adreseze acest catren, i-l oferă amicului sau, sidofilul, înainte de a pleca din casa Bellevue.

— Trimite-i-l uneia dintre victimele tale. Ai să vezi, poate fi excitant să privești reacția unei femei care citește și altceva decât un rezultat pozitiv la testul HIV.

— Dă-mi să văd... Ah, nu, ești nebun, nu, nu, poemul tău prea aduce a serial-killer.

▫ 2 ▫

Octave a așteptat seminarul din Senegal pentru a-și face come-back-ul antreprenorial. La Rosse e ca la armata: din când în când, e nevoie de „permisii”; firma le numește „seminare de motivare”. Asta înseamnă 250 de persoane în autobuze care circulă spre aeroportul Roissy. Multe dactilografe măritate (fără bărbații lor), contabili neurastenici (fără anxioliticele lor), conducători

paternaliști, o telefonistă cu urechi de spaimă, o mașteră devenită top-model de când și-o trage cu Dru[47] și câțiva copywriteri care se gâdila ca să râdă, pentru a aduce a copywriteri. Toți caută ca la Karaoke, la nevoie inventează cuvintele. Toți se așteaptă la multe prostituate locale ale căror farmece le-au fost lăudate de Dorothy O'Leary, o prietenă reporter la France 2. Cât despre Odile, 18 ani, spate gol, bandana în păr, sandale-papuc în picioare, sac de blugi în bandulieră, suge un Chupa-Chups cu Coca-Cola. Ea „își pune întrebări". Cum recunoști o față de 18 ani? Ușor: n-are riduri și nici pungi sub ochi, obrajii îi sunt rotunzi că ai bebelușilor, îl asculta pe Will Smith la walkman și „își pune întrebări".

Odile a fost angajată ca redactor stagiar în lipsa lui Octave. Nu iubește decât banii și celebritatea, dar face pe naiva. Toate fetele noi fac așa: își țin gura întredeschisa și boldesc niște ochi mirați, că Audrey Marnay într-o scrie foto de Terry Richardson; în prezent, culmea arivismului e să faci pe inocentul. Odile îi povestește lui Octave cum s-a dus de una singură să-și facă piercing în limba, într-o sâmbătă după-amiază:

— Nu, nici o anestezie, băiatul care tatuează se mulțumește să-ți țină limba cu u clește și să-și înfigă cuiul înăuntru. Dar te asigur că nu e dureros, doar te jenează pentru când mănânci, în fine, la început, mai ales că, la mine, s-a infectat și tot ce haleam avea gust de puroi.

Ea își ține la ochi ochelarii negri („sunt lentile corectoare"), nu citește decât reviste anglo-saxone *(Paper, Talk, Bust, Big, Bloom, Surface, Nailon, Sleazenation, Soda, Loop, Tank, Very, Composite, Frieze, Crac, Boom, Hue)*. Se așează lângă Octave și, când își scoate căștile, o face doar pentru a spune că ea nu se mai uita la televizor „doar la Arte, din când în când". Octave se întreabă ce naiba o fi

învârtind el acolo (mereu aceeași întrebare, de când s-a născut). Odile îi arătă un bloc-turn de pe marginea autostrăzii:

— Uite... Cetatea celor 4000. Acolo stau eu. Lângă Stade de France. Noaptea, cu reflectoarele, e frumos ca la *Independence Day*.

Cum Octave nu-i răspunde, ea profită pentru a-și compara epilația cu a unei colege.

— Am fost la cosmeticiana în dimineața asta. Epilația laser te doare super rău, mai ales când îți pui costumul. Dar, în fine, sunt mulțumită că m-am epilat pe viață.

— Să-mi aduci aminte să cumpăr crema de epilat de la aeroport.

— La ce oră ajungem la Dakar?

— Pe la miezul nopții. Eu o să dau buzna direct la night. Nu-s decât trei seri, trebuie rentabilizate.

— Rahat, mi-am uitat caseta cu Lara Fabian!

— În avion, ca să nu mă deshidratez, mă demachiez, îmi fac un peeling și, pe urmă, pac! Crema hidratantă.

— Eu îmi fac unghiile. În timp ce alea de la picioare se usucă, mă apuc de alea de la mâini.

Octave încearcă să fie cât mai adunat. Trebuie să facă față fără zăpadă, să accepte realitatea non boost-ată[48], trebuie să se integreze în societate, să respecte oamenii, trebuie să intre în joc. Vrea să iasă din ospiciu sub bune auspicii. De aceea, lansează acest balon-sondă:

— Fetelor, ce-ați zice de una mică, cu mine, repejor și tânjitor?

Ele sar cu gura, iar lui îi place:

— Vai de tine, prăpăditule!

— Mai bine crap!

El zâmbește.

— Faceți o mare greșeală. De multe ori, fetele zic da ori prea târziu, când băieții au renunțat, ori prea devreme, când ei nu le-au cerut nimic.

— În afară de asta, sunt gata să cotizez până la cinci mii de parai.

— Ei, nu, îl auzi? Ne ia de curve.

— Te-ai uitat la tine? Nici măcar pentru o sută de catralioane.

Octave râde din cale afară de tare:

— Vă semnalez că și Casanova își plătea deseori metresele, nu e nimic dezonorant în asta.

Apoi, le arata ecografia primită prin poștă.

— Uitați-vă la viitorul meu copil. Nu vi se pare, dintr-o dată, că sunt hiper-înduiosator?

Dar ia o leapșă meritată. Cetatea celor 4000 mii se micșorează în parbrizul din spate. Octave nici măcar nu mai știe să facă agataminte. Nu mai crede îndeajuns în chestia asta. Dacă exista vreun lucru care nu e compatibil cu ironia, ăla este seducția. Una dintre fete îl întreabă:

— N-ai cumva o revistă de decorațiuni interioare?

— Care: *Newlook? Playboy? Penthouse?*

— Ha. Ha. Tot caraghios ai rămas, sarmane Octave.

— Știi că devii vulgar? Credeam că te-au reparat la cap.

— Se pare că nu și-au terminat treaba. Te-ai alzheimizat de tot.

Octave își lăsă ochii în jos și își privește picioarele comprimate într-o pereche de pantofi violeți (valoare: un SMIC[49] de fiecare picior). Apoi își înalta capul și se văicărește cu voce tare:

— Gata cu glumă. V-ați gândit vreodată, domnișoarelor, ca toți oamenii pe care îi vedeți, toți boii pe care-i întâlnești în rablele lor, toate aceste persoane, absolut

toate, fără excepție, vor muri? Ăla de acolo, de la volanul mașinii lui Audi Quattro? Și ea, cvadragenara gâlgâind de energie, care tocmai ne-a depășit într-un Mini Austin? Și toți locuitorii acestor imobile, pitiți în dosul ineficienților pereți anti-zgomot? V-ați imaginat măcar muntele de cadavre pe care îl reprezintă? De când exista planeta, 80 de miliarde de ființe umane au stat pe ea. Păstrați în minte această imagine. Noi pășim peste 80 de miliarde de morți. Ați vizualizat oare ca toate aceste ființe ce beneficiază de amânarea pedepsei formează un viitor maldăr de cadavre gigantice, un pachet de corpuri ce vor puți în curând? Viața e un genocid.

Gata, acum chiar că a stricat atmosfera. Este mulțumit de el. Își pipăie cutia verde, de Lexomil, din buzunarul bluzonului de antilopă Marc Jacobs. Îl liniștește, așa cum pastila de cianură îl liniștea pe eroul din Rezistență, înainte de interogatoriul luat în stradă Lauriston, cu șaizeci de ani în urmă.

▫ 3 ▫

Avionul e plin de publicitari. Dacă s-ar zdrobi, ar fi un început de victorie a Sincerității. Dar viața e în așa fel făcută încât avioanele cu publicitari nu se prăbușesc. Avioanele care se zdrobesc sunt pline de oameni nevinovați, de îndrăgostiți sentimentali, de binefăcători ai omenirii, de Otis Redding, de Lynyrd Skynyrd, de Marcel Dadi, de John-John Kennedy. Ceea ce le conferă atâta aroganta comunicatorilor bronzați e certitudinea că sunt la adăpost: se tem mai mult de crashurile bursiere decât de crashurile aeriene. Octav zâmbește bătând această frază pe iBook-ul sau. Este important, este bogat, este înfricoșat – toate astea sunt compatibile. Bea o votcă cu lămâie la clasa Espace 127. („La Espace 127, veți descoperi, cu plăcere, scaune

ergonomice și confortabile. Ele se înclina la 127 de grade, căci acesta este unghiul pe care și-l ia, în mod natural, corpul în stare de imponderabilitate. Echipate cu telefon, video individual și casca anti-zgomot, scaunele de la Espace 127 vă oferă un confort ideal pentru munca și destindere" zice o body-copie din „Air France Madame").

La Business Class, planificatorii strategiei le curtează pe cumpărătoarele de artă; directorii generali adjuncți le vrăjesc pe producătoarele TV; un coordonator internațional mângâie coapsa unei directoare de dezvoltare. (Într-o întreprindere, le recunoști la iuțeală pe fetele care se culca cu un coleg: sunt singurele care se îmbraca sexy). Aceasta paranteză folosește la: „strângerea legăturilor în sânul personalului dintr-o întreprindere și optimizarea comunicării interne la nivel de resurse umane". Octave a fost educat să accepte această ordine a lucrurilor și, apoi, viață fiind un scurt răstimp ce ne este lăsat pe o piatră care se învârtește la nesfârșit în spațiu, de ce să pierzi acest scurt răstimp pentru ca să pui la îndoiala, fără încetare, ORGANIZAȚIA? Mai bine accepți regulile jocului.

— Suntem dresați pentru a accepta. Eu surfez deasupra hăului. E cineva aici care să aibă bunăvoința de a mi-o trage sub coadă o dată pentru totdeauna?

Altădată, provocările lui stârneau zâmbete, acum provoacă milă.

— După toate câte au făcut oamenii pentru Dumnezeu, ar trebui totuși să-și dea și el osteneala să existe, nu credeți?

Singurătate în mijlocul mulțimii. El își întreabă fără oprire telefonul, dar acesta îi repetă:

— „Căsuța dumneavoastră vocală nu conține nici un mesaj nou".

Octave adoarme în fața unui film cu Tom Hanks (mai mult decât actor: un somnifer). Visează o ședință de shooting în Bahamas, unde inspectează cu degetele savarina epilată și uda a Vanesei Lorenzo și a lui Heidi Klum. Nu mai scrâsteste din dinți. Se crede ieșit la liman. Își imaginează că are o detașare, un al doilea plan, o distanță față de toate astea. Cu un suspin discret, își poluează blugii 501 de la Levi Strauss (colecția „Tristes Tropiqies", toamna-iarna 2001).

Și iată, Întreprinderea a aterizat. Întreprinderea și-a recuperat bagajele. Întreprinderea a urcat iar într-un autocar. Întreprinderea cânta cântece de Fugalin, fără să-i înțeleagă pesimismul dus la extrem: „Cânta viața cânta/Ca și cum ar trebuie să mori mâine" și „Până mâine, poate, /Sau chiar până la moarte". Octave înțelegea, în sfârșit, de ce nava spațială din *Star Trek* se numește *Enterprise*: Rosserys și Withcraft au aerul unei aeronave pierdute la dracu-n praznic prin vidul interstelar, în căutare de viați extra-terestre. În afară de asta, o droaie de colegi au urechile ascuțite.

Abia ajuns la hotel, Întreprinderea se dispersează: unele producătoare sar în piscină, altele sar pe unii de la marketing, restul se duc la culcare. Cei care n-au somn se duc să danseze la Roll's, cu Odile și toți sânii săi. Octave îi urmează, comanda o sticlă de Gordon's și accepta să tragă niște iarbă. Pe plajă, lucrurile sunt clare. Fetele black la rendez-vous. Una dintre ele spune:

— Vino-n camera mea.

Dar, cum ea are un accent de Conakry, Octave înțelege:

— Vino'n aia mea.

E nostim. Minciuna e reciproca, așa că lucrurile se aranjează. El îi pune mâna pe obraz, murmurând:

— Scumpo, mie nu-mi place să regulez fetele, prefer să le pierd.

Aflat sub înalta protecție a armatei senegaleze, complexul turistic din Saly cuprinde cincisprezece hoteluri: agenția și-a pus ochii pe Savana, care cumulează dormitoare climatizate, două piscine luminate în toiul nopții, terenuri de tenis, un mini-golf, un centru comercial, un cazinou și o discotecă, totul pe malul Oceanului Atlantic. Africa s-a schimbat de când Hemingway venea aici la safari. Acum este cu precădere un continent pe care lumea occidentală îl lasa să moară (sida a ucis aici două milioane de persoane, mai ales pentru că laboratoarele farmaceutice care fabrica triterapiile – de exemplu, firma americană Bristol-Myers-Squibb – refuza să scadă prețul medicamentelor). Un loc ideal pentru remotivarea personalului de nivel mediu: pe acest pământ devastat de virus și de corupție, în mijlocul războaielor absurde și a genocidelor recente, micul personal capitalist își recapăta încrederea în sistemul care îl face să trăiască. El își cumpără măști tipice, din lemn de abanos, își fabrica amintiri, crede uneori că face schimb de păreri cu băștinașii, trimite vederi însorite pentru a-și face geloase familiile înțepenite n iarna pariziană. Africa este arătată publicitarilor ca un contra-exemplu, pentru a-i zori să se întoarcă acasă, ușurați să constate că, în altă parte, e mai rău. Atunci, restul anului devine acceptabil: Africa servește ca martor contrastiv. Bogații au motive pentru a trăi fiindcă săracii mor.

Toți se avânta în valuri pe scutere de mare, iau poze cu polaroidul, nimeni nu e interesat de nimeni, toată lumea poartă șlapi. În Africa, albul care i se adresează unui negru nu mai are condescendenta rasistă a colonialiștilor de odinioară; de acum, totul e mult mai violent. De acum, el

are privirea preotului care îi dă condamnatului la moarte ultimă împărtășanie.

▫ 4 ▫

Frânturi din dialogurile purtate pe marginea piscinei de la Savana Beach Resort.

O asistentă de direcție (scuturându-se):

— Ce bună e!

Octave: și tu la fel.

O șefă de trafic (mușcând dintr-un mango):

— Am poftă de ceva sănătos.

Octave: și eu.

O directoare artistică junioare (îndreptându-se spre bufet): Halim?

Octave: Pe cine?

Motivarea merge ca-n brânza. Dimineața e consacrata reuniunilor de autosatisfacție unde bilanțul întreprinderii e urcat în slăvi. Termenii „autofinanțare" și „amortizare multianuală" sunt folosite deseori, pentru a justifica absenta primei de sfârșit de an. (În realitate, toți banii câștigați de filială sunt depuși, la sfârșitul exercițiului, la picioarele câtorva chelboși bătrâni de pe Wall Street, care nu vin niciodată la Paris, fumează trabuc și nu spun mulțumesc. Ca și vasalii medievali sau ca victimele războaielor punice, șefii de la E & W Franta depun în fata acționarilor prada acelui an, tremurând cu gândul la creditul pentru reședința lor secundară, care trebuie rambursat).

După amiaza are loc o ședință de autocritică constructivă, în scopul determinării cailor de îmbunătățire a productivității mercantile. Octav a contractat *la turista*[50], punându-și părea multe cuburi de gheață în ginul tonic.

Philippe, Președintele și Marc Marronnier îl iau deoparte din când în când, cam în genul, „vezi, suntem mulțumiți că ai scos-o la capăt, nu luăm în discuție năzbâtiile tale, dar avem un surâs complice și înțelegător fiindcă suntem niște patroni moderni și cool; nu demisionezi, de acord?” Ceea ce nu-l împiedica pe Philippe să-i reamintească lui Octave cât este de crucială turnarea MAIGRELETTE pentru bunele relații ale agenției cu grupul Madone.

— Tocmai am avut cu ei un Strategic Advertising Committee și ne-am luat în clonț serios de tot.

— Fii pe pace, dragul meu Președinte, de data asta, n-am să vomit peste client. De altfel, știi că am găsit fata ideală pentru film.

— Da știu, arăboaica aia... O să trebuiască să mi-i retușezi la post-prod.

— Nici o grijă, e trecut în buget. Îți dai seama de toate câte se pot face în ziua de azi: iei o fată care are un cur frumos și îi lipești chipul alteia, picioare de la a treia, mâini de la a patra, sâni de la a cincea. Facem patchwork-uri[51] umane, suntem niște people-jockeys!

— Pentru turnarea filmului ăstuia, poate ar trebui să angajăm un chirurg estetician în locul unui realizator.

Octave nu mai încearcă să refuze totul, dar vrea să nu se mai înjosească; să spunem că s-a copt. Deodată, iată-l că se ambalează:

— Și, mai întâi, de ce n-am putea lua o arăboaică pentru rol? Nu mai fi nazist, cum sunt clienții noștri! Ei, băga-mi-aș picioarele, mi s-a acrit să mă las fascizat în halul ăsta! Nike și-a reluat look-ul pétainist pe afișe Nikepark, Nestlé refuza negrii pentru un film cu baschet; asta nu-i un motiv ca să facem același lucru! Da? Unde o să ajungem așa, dacă nimeni nu-și deschide pliscul? Publicitatea a ajuns chiar să fie revizionista: Gandhi vinde computere Apple! Îți dai tu

seama? Acest om sfânt, care refuza orice tehnologie, se îmbraca în călugăr și merge desculț, iacătă-l transformat în informatician comercial! Iar Picasso e un nume de tartareata Citroën, Steve Mc Queen conduce un Ford, Audrey Hepburn poartă mocasini Tod's! Nu crezi că oamenii ăștia se răsucesc în groapă, văzându-se transformați în VRP postume? Asta-i noaptea morților vii! Cannibal Holocaust! Halim cadavre! Zombii fac vânzare! Da' nu mai exista limite? Societatea Franceză de Jocuri a scos până și afișe Monopoly cu Mao, Castro și Stalin, ca să câștige la întreceri! Cine o să spună stop dacă tu, Philippe, bossul, stai cu lacatul la gură, în fata negaționismului din comunicarea mondială?

— Of, of, of, ce pisălog mai e de când nu mai trage nimic pe nas! Tu crezi că eu nu meditez la asta niciodată? Bineînțeles că treaba asta îmi face greață, numai că eu mă gândesc la nevastă-mea, la copii, nu sunt în halul ăsta de megaloman încât să-mi închipui că o să revoluționez totul, ei, fir-ar al dracu', puțină modestie, Octave! E de ajuns să-ți închizi televizorul, să nu te mai duci la McDo, căcănaria asta ambianța nu e din vina mea, e din vina voastră, a ăstora care vă cumpărați lucruri de la Nike fabricate de sclavii indonezieni! E ușor să mârâi împotriva sistemului, în timp ce îl faci să funcționeze! Și, apoi, nu mș mai lua de imbecil sub pretext ca sunt în limbă după bani! Bineînțeles că sunt chestii pe care nu le suport! Nu atât faptul că, la casting, se aleg manechine cu pielea albă, pentru că, în chestia asta, n-am nici un amestec, publicul ținta este rasistul, nu clientul. Nici minunea de a-i face pe morți să vorbească: imaginea marilor artiști le-a scăpat întotdeauna, toate geniile astea se răsuceau deja în groapă, încă din timpul vieții. Nu, ce mă enervează pe mine, vezi tu, micuțul meu Gucche, sunt toate sărbătorile astea noi, născocite de publicitate ca să-l pună pe om să consume: destul că mi se

face lehamite când îmi văd familia picată în laț sărbătorind Crăciunul – chiar dacă Moș Crăciun rămâne invenția unui lanț de distribuție american –, în fine, treacă de la mine, dar Sărbătoarea Mamelor Mareșalului Pétain, Sărbătoarea Bunicelor Cafelei Eponime[52], Halloween-ul, Sfântul Patrick, Sfântul Valentin, Anul Nou Rusesc, Anul Nou Chinezesc, ziua Nutrasweet, reuniunile Tupperware și orice altceva mai pica sunt prea de tot! În curând, calendarul va fi plin de mărci: sfinții vor fi înlocuiți cu logo-uri.

— Va să zică vezi și tu, șefu', că am dreptate să te urmăresc până în pânzele albe. Și eu urăsc Halloween-ul: înainte aveam Ziua Tututor Sfinților (în original *La Toussaint*, care coincide cu Ziua Morților), nu văd de ce a trebuit să căutăm o sărbătoare peste ocean.

— Păi, tocmai pentru că e contrariul ei! De Ziua Tuturor Sfinților mergeam să ne vizităm morții, pe când, de Halooween, vin morții în vizită la noi. E mult mai practic, nu mai ai nici o bătaie de cap. În asta consta totul: MOARTEA ÎȚI SUNĂ LA UȘĂ! Moartea VRP, că factorul care vine să ți vândă calendarul Poștei!

— Cred, mai ales, ca oamenii sunt de mii de ori mai bucuroși să se deghizeze în monștri și să vâre lumânări în dovleci, decât să se gândească la rubedeniile pe care le-au pierdut. Dar ai să pomenești, în lista ta, de cea mai mare sărbătoare comercială: Căsătoria, care face obiectul unor intense campanii de publicitate și de promovare, încă din luna ianuarie a fiecărui an – afișele pentru Boutique Blanche, de la Printemps, listele de la Galeriile Lafayette și de la Bon Marché, copertele tuturor revistelor pentru femei intoxicarea de la radio și TV etc. Complet brainwash-ate[53], tinerele perechi cred că se căsătoresc pentru că se iubesc sau ca să-și găsească fericirea, când, de fapt, intenția

producătorilor e doar să le vândă veselă, prosoape de baie, cafetiere, canapele, cuptoare cu microunde...

— Uite, asta mă face să mă gândesc la o chestie... Octave, îți amintești de treaba cu Barilla, când ne-ai propus o baseline care să includă cuvântul „fericire”?

— Da!

— Serviciul juridic ne-a explicat că nu se poate, așa-i? Pentru că „fericire” este o marcă înregistrata de Nestlé!! FERICIREA ÎI APARȚINE LUI NESTLE.

— Asta nici nu mă miră. Știai că Pepsi vrea să depună albastru?

— Ce?

— Mda, e absolut veridic. Vor să cumpere culoarea albastră, să fie proprietarii ei și asta nu-i tot: finanțează programe de educație pe CD-Rom, distribuite pe de-a moaca în școlile primare. În felul ăsta, copiii învață la școală pe computere Pepsi; se obișnuiesc să citească cuvântul „sete” alături de culoarea „Pepsi”.

— Și, când se uita pe cerul Pepsi, ochii lor Pepsi se luminează, iar dacă vor cădea de pe bicicletă, tibiile li se vor acoperi cu echimoze Pepsi...

— La fel ca și Colgate: marca le oferă profesorilor casete video pentru ca să le explice țâncilor că trebuie să se spele cu pastă lor de dinți.

— Da, am auzit. L'Oréal face aceeași chestie cu șamponul „Petit Dop”. Nu-i deajuns că le spala creierele, acum se mai leagă și de părul lor.

Philippe izbucnește într-un hohot de râs excesiv, care însă nu-l împiedica pe Octave să continue:

— Îmi mai bine inima la loc când văd că toate astea te interesează...

— Sunt lucid: atâta vreme cât nu va exista altceva, publicitatea o să acapareze tot locul. Ea a devenit singurul ideal. Nu natura, ci speranța e cea care are oroare de vid.

— E îngrozitor. Nu, nu pleca, o dată stăm și noi de vorbă, am o poveste și mai tare. Când fabricanții nu mai știu cum să vândă sau chiar fără nici un motiv, doar ca să-și justifice salariul indecent de mare, ordonă o SCHIMBARE DE PACKAGING. Atunci, plătesc din gros niște societăți ca să le schimbe look-ul produselor. Fac ședințe care durează ore în șir. Într-o zi, eram la Kraft Jacobs Suchard, în biroul unui băiat cu părul ca o perie, Antoine Poissard sau Panchard sau Paudard, în fine, cam așa ceva...

— Poudard.

— ...da, asta era, Poudard, nu-l uiți ușor. Îmi arata diverse logo-uri care i-au fost propuse. Îmi cerea părerea. Jubilă pe loc, aproape că era să aibă un orgasm; se simțea util și important. Își întinsese proiectele de ambalaj pe jos; stăteam fata în față, în clădirea aia de la Vélizy, el proaspăt ras, cu o cravată Tintin și Milou, iar eu în plină alunecare pe zăpadă[54], și beam amândoi o cafea rece pe care o batrâna-secretara, neregulată de vreo treizeci de ani, ne-o aducea abia trăgându-și sufletul. M-am uitat în ochii lui și, în acel moment, am simțit că avea îndoieli, că se întreba pentru prima oară în viața lui ce mă-sa învârtea el acolo; i-am spus să-l aleagă pe care-o fi, iar el a tras la sorți logo-ul zicând: „ăla, bala, portocala, ieși fetița la portița, că te-așteaptă Talion, Talion fecior de domn, cu tichie-n scăfârlie, cu nasul de ciocârlie, cioc, boc, treci la loc, cine n-a avut noroc, a căzut cu nasu-n foc”, astfel că, astăzi, acest ambalaj e pe toate rafturile din toate supermagazinele Europei... Frumoasă parabola, nu? AMBALAJUL NOSTRU A FOST TRAS LA SORȚI.

Dar Philippe și-a luat de mult tălpășița. NU-i place să fie pus în situația de a mușca mâna care îl hrănește. Fuge de o confruntare prelungită. Și-a pus revolta pe raftul „autopersiflare lunară, pentru mesele de la Fouquet's". De aia i se face tot mai devreme somn dimineața.

Octave inspira și expiră aerul cald. Ambarcațiuni cu pânze trec, fără zgomot, prin golf. Toate fetele de la agenție și-au împletit părul în codițe, ca să semene cu Imam Bowie (rezultatul: seamănă cu niște Bo Derek îmbătrânite). La Judecata de Apoi, când toți cei ce au lucrat în publicitate vor fi adunați pentru a da socoteală, lui Octave nu i se va putea pune în cârca decât o responsabilitate parțială. Nu va fi fost decât un aparatcik, un angajat ușor apatic, interesat totuși de îndoiala la un moment dat – fără discuție ca pentru timpul petrecut la Meudon, jurații îngăduitori îi vor putea acorda circumstanțe atenuante. În afară de asta, spre deosebire de Maronnier, el nu a luat niciodată vreun Leu la Cannes.

O suna pe Tamara, curva lui platonica, gândindu-se la Sophie, mama copilului pe care nu-l va vedea niciodată. Prea mulți absenți în viața lui.

— Te-am trezit?

— Ieri am făcut un client la Plaza, îi spune cu glasul ca un târâie de greier, avea o sculă să nu-ți povestesc, ca pe mâna unui copil, ca să mi-o îndes aș fi avut nevoie de un pichamăr. PENTRU MOBILIER ELECTROCASNICE BUM BUM ALEGEȚI BINE ALEGEȚI LA FIX.

— Ce-i asta?

— Asta? Oh, nimic, e ca să nu plătești telefonul: se difuzează câteva reclame din când în când și, în schimb, convorbirea e gratuită.

— Porcăria asta e semnată de tine?

— LA CASTO AȚI TOT CE-ȚI TREBUIE. SCULE ȘI MATERIALE CASTOCASTOCASTORAMA. Mda, în fine, te obișnuiești, ai să vezi, eu m-am obișnuit deja. În fine, pe scurt, noroc că mușteriul de aseară era complet dus, avea scula cam bleagă, dar mă jur că era dotat ca un ponei, mă rog, i-am făcut nițel strip în pat, m-a întrebat dacă poate să tragă pe nas niște prafuri puse pe picioarele mele, și după aia, ne-am uitat la TV; până la urmă, am scos-o destul de bine la vopsea. INTERMARCHE MUSCHETARII DISTRIBUȚIEI. Cât e ceasul?

— Trei după-amiază.

— Uaaa, sunt frânta, la șapte la Banana eram ca o cârpa de șters pe jos, aveam genele false lipite de dinți. Dar tu unde ești?

— În Senegal. Mi-e dor de tine. Citesc „Extinderea domeniului curvei”. (Joc de cuvinte cu trimitere la titlul romanului lui Michel Harelbbecq, *Extension du domaine de la lubbe*, în orig. *Extension du domaine de la pube. Pube*, fr., curva. N.red.)

— Termină cu tâmpeniile, că-mi vine să vărs în poșetă, CAILLAUX CAILLAUX CAILLAUX ARTICOLE DE ILUMINAT RĂSPUNSE UN ECOU.

— Tu îți ții celularul lipit de ureche? Ochii cât sarmaua. Vezi că telefoanele celulare fisurează ADN-ul. S-au făcut teste pe șoareci: la cei ținuți lângă un celular, mortalitatea a crescut cu 75%. Eu mi-am cumpărat o cască pentru celular că nu vreau să mă trezesc cu o tumoare pe creier, ar trebui să faci și tu la fel.

— Octave, dar tu n-ai creier. CONTINENT CUMPERI ȘI CÂȘTIGI LA MOMENT.

— Scuză-mă, dar mi s-a luat de jingles-urile astea ale tale. Închid, culcă-te la loc, gazela mea, berbera mea. Alerta mea la Marrakech.

Problema omului modern nu e răutatea lui. Dimpotrivă, din motive practice, el prefera să fie amabil, în general. Însa, pur și simplu nu poate suferi plictiseala. Deși nu-i nimic mai constructiv și mai generos decât să ai parte zilnic de o porție zdravăna de timpi morți, de clipe de sictir, de lehamite încremenita – de unul singur sau în mai mulți –, pe el plictisul îl înspăimânta. Octave a înțeles asta: adevăratul hedonism este plictiseala. Numai plictiseala îți îngăduie să te bucuri de prezent, toată lumea însă vrea contrariul: ca să scape de plictis, occidentalii fug cu ajutorul televiziunii, al cinematografului, al Internetului, al telefonului, al jocului video ori al unei simple reviste. Nu le stă capul niciodată la ceea ce fac, nu mai trăiesc decât prin procura, ca și cum a te mulțumi să respiri aici și acum ar fi ceva de rușine. Când stai în fața televizorului sau a unui site interactiv, când vorbești la telefonul mobil sau te joci pe Playstation-ul tău nu mai trăiești. Ești în altă parte decât în locul în care te afli. Poate că nu ești mort, dar nici prea viu. Ar fi interesant de calculat câte ore pe zi petrecem, astfel, altundeva decât în clipa prezenta. Altundeva decât acolo unde suntem. Toate aceste mașinării ne vor înscrie printre abonații absenți și va fi foarte complicat să mai scăpăm. Toți oamenii care critica Societatea Spectacolului au acasă televizor. Toți cei ce denigrează Societatea de Consum au Card Visa. Situația este fără ieșire. Nimic nu s-a schimbat de la Pascal încoace: omul continua să fugă de angoasele lui, în sânul divertismentului. Doar ca divertismentul a devenit atât de omniprezent. Cum să fugi de divertisment? Înfruntând angoasa.

Lumea este ireală, cu excepția momentelor când e plicticoasă.

Sub un cocotier, Octave stă scufundat, cu deliciu, în butoiul cu plictiseala. Fericirea lui e să urmărească mormăind doua lăcuste care și-o trag pe nisip:

— În ziua când toată lumea de pe Terra va accepta să se plictisească, omenirea va fi salvată.

Este deranjat din delicatul lui plictis de un Marc Marronnier morocănos:

— Va să zică, ai terminat-o de-a binelea cu Sophie?

— Mda, în fine, nu știu... De ce mă întrebi?

— Fără nici un motiv. Putem sta de vorbă două minute?

— Chiar dacă ți-aș spune nu, tu tot ai vorbi, iar eu aș fi constrâns să te ascult din rațiuni ierarhice.

— Adevărat. Așa că ține-ți fleanca. Am văzut storyboard-ul pe care l-ai vândut pentru MAIGRELETTE: e un dezastru. Cum ai putut să faci un asemenea rahat?

Octave își freacă urechile, ca să fie sigur că a auzit bine.

— Stai, Marc, TU ești ăla care ne-ai spus să ne căcăm pe comanda aia.

— Eu? N-am zis niciodată așa ceva.

— Te-a lovit amnezia sau ce ai? Ni s-au respins douăsprezece campanii și ne-ai spus că trebuie declanșat planul Aurdoi, rahatul de pe urmă, pentru...

— Scuză-mă că te întrerup, dar, bolnavul drogat ieșit de la cura ești tu, așa că nu inversă rolurile, OK? Eu știu ce le spun copywriterilor mei. Nu te-aș fi lăsat niciodată să arăți o chestie atât de lipsită de valoare unui client care e ca o vitrină pentru agenție. Mi-e lehamite să mă tot fac de cacao pe la dineurile din oraș. „MAIGRELETTE. DOAR LA MINTE NU EȘTI MICĂ”. Nu, zău așa, de cine faci tu caterinca?

— Stai puțin, Marc. Că ești de o rea voință nemaipomenită, hai, treacă, ne-am obișnuit. Dar să vrei acum să schimbi totul e cam târziu: scriptul MAIGRELETTE s-a vândut, a dat rezultate bune la testări, au fost deja două reuniuni preproductie. M-am gândit bine și...

— Eu nu te-am angajat să gândești. Nu ești niciodată scutit să găsești ceva mai bun. Atât timp cât filmul nu s-a dat pe sticla, se poate modifica totul. Așa că eu îți spun o chestie: Charlie și cu tine o să faceți pe dracu-n patru și-o să-mi modificați scriptul la turnare. Ei, băga-mi-aș picioarele, doar e vorba de imaginea lui Rosse!

Octave aproba și-și ține fleanca. Știe el prea bine că nu imaginea agenției Rosse îl preocupa pe directorul de creație, ci fotoliul lui pe cale de-a deveni scaun ejectabil. Dacă Philippe a venit mai înainte să-i spună două vorbe, înseamnă că Madone a făcut presiuni maxime; chestia asta seamănă cu jocul de-a scaunele muzicale. Cu alte cuvinte: în seara asta, aerul senegalez miroase a concediere și, din nefericire, Octave presimte că nu e vorba de a lui.

▫ 5 ▫

În seara următoare, maeștrii de ceremonii organizează o expediție în savană. Scopul: să-i facă pe angajații cu contract pe durata nelimitată să creadă că merg să vadă regiunea, că evadează din închisoarea lor de lux. Dar nici vorbă de asta, bineînțeles: transportați în mașini 4x4, pe malul lacului Roșe, la un spectacol de dans african, urmat de un chiolhan cu fripturi la proțap, n-ar fi văzut nimic adevărat. S-ar fi deplasat doar ca să verifice dacă peisajul seamănă într-adevăr cu broșura tour-operatorului. Turismul îl transforma pe călător într-un controlor, descoperirea se transforma în verificare, uimirea în fixarea de repere, drumețul se transforma în Toma Necredinciosul. Bun, însă Octave era totuși halit de țânțari; o parte din aventura rămânea prin urmare, posibilă dacă îți uitai sprayul cu lămâița la hotel.

După cină, seminariștii (purtând sigle Lacoste), s-au înfruntat într-o luptă senegaleza cu războinicii unui trib de

sanchi (deghizați în indigeni parcă scoși din filmele cu Tarzan). Ocazia de a-l admira pe Marronnier tăvălindu-se prin țărână, în slip „cangur”, pe fond de tam-tam, sub boababul uriaș, luna, stelele, vinul cu gust de benzină, hohotele de râs cu dinți, ale responsabilei cu relațiile externe, privirea înfometata a copiilor locului, căldura ierbii din Casamance, grisul picant, l-au făcut pe Octave să simtă din nou dorința de a îmbrățișa cerul, de a-i mulțumi universului ca e aici, chiar și vremelnic.

Îi plăcea această umezeală permanenta care face mâinile să alunece pe piele. Ea le dădea sărutărilor un gust arzător. Fiecare amănunt capăta valoare atunci când nimic nu mai are sens. Pentru un dependent, detașarea[55] era un minimum vital. Octave plecase de-a-ndărătelea în acest voiaj obligatoriu; or, iată că se afla în vecinătatea sublimului, atingea eternitatea, mângâia viața, depășea ridicolul, înțelegea simplitatea. Când dealerul poreclit „Mina de aur” i-a livrat punguța cotidiană de prafuri, s-a tolănit pe plajă, bânguind „Sophie”, numele care îi tăia răsuflarea.

— Dragostea n-are nimic de-a face cu inima, acest organ respingător, un soi de pompă gâlgâind de sânge. Dragostea îți strânge mai întâi plămânii. N-ar trebuie să spunem „mi s-a frânt inima”, ci „mi s-au înăbușit plămânii”. Plămânul este organul cel mai romantic: toți amanții se pricopsesc cu o tuberculoză; nu e o întâmplare ca Cehov, D. H. Lawrence, Frédéric Chopin, George Orwell și sfânta Thérèse de Lisieux au murit din pricina acestei boli; cât despre Camus, Moravia, Boudard, Maria Bashkirtseff și Katherine Mansfield, ar mai fi scris ei aceleași cărți fără boală asta? Mai mult, aflați că *Dama cu camelii* nu a decedat în urma unui infarct miocardic; această pedeapsă este rezervată arivișților stresați, nu sentimentalilor fără leac.

Octave plutea și vorbea de unul singur:

— Toți au în străfundul lor o suferință din dragoste care moțăie. Orice inimă care nu e frânta nu e inima. Plămânii își așteaptă tuberculoza pentru a simți că există. Eu sunt profesorul vostru de educație fizică. Trebuie să ai un nufăr în cușca toracică, la fel ca și Chloé din *Spuma zilelor* sau Doamna Chauchat din *Muntele vrăjit*. Îmi plăcea să te văd dormind, chiar și atunci când te prefăceai, când mă întorceam târziu, burdușit cu „praf", îți număram genele, uneori mi se părea că îmi zâmbești. Un bărbat îndrăgostit este cineva cărui îi place să-și privească femeia dormind și, din când în când, să se bucure. Sophie, oare mă auzi, de la mii de kilometri distanță, ca în reclamele SFR[56]? De ce oare trebuie să plece oamenii pentru ca să ne dăm seama că îi iubeam? Nu vezi că tot ce îți ceream era doar să mă faci puțin să sufăr, ca la început, de o aprindere de plămâni[57]?

Dar de-acum descindeau dactilografele despuiate și Odile, stagiara pieptoasă[58]; posteau niște iarbă, fapt care le inspiră niște bancuri buruienoase:

— Nimic mai bun decât o postă în patru.

— Trag, trag, dar nu iese nimic.

— Ești sigură că ai tras în piept?

— Sunt de acord cu încă o poștă, dar ar trebui să ți-o speli mai înainte.

Aici, totul pare vulgar, dar în context era de-a dreptul haios.

Colegii, cadre superioare de sex masculin, au toți un pulover pe spate, înnodat cu simplitate sau aruncat neglijent peste tricoul Ralph Lauren de culoare roz. Octav considera că e ceva inadmisibil și se autoenerveaza.

Da' ce i-a apucat pe toți, cu puloverele alea legate de gât? Din două, una. Ori ți-e frig, și atunci, îți îmbraci

puloverul, ori ți-e cald și, atunci, îl lași acasă. Puloverul în jurul gâtului trădează lașitatea, incapacitatea de a lua o decizie, frica de curent, nesocotința și lipsa de vlagă, exhibiționismul shetlandului (pentru că, evident, acești domni sunt prea scârțari ca să-și cumpere cașmir). Poartă acest soi de caracatița bleagă în jurul gâtului pentru că nu-s în stare să-și aleagă o ținută în concordanță cu vremea. Orice persoană care are un pulover pe umeri e o zdreanță lipsită de elegantă, neputincioasă, lasa. Fetelor, jurați-mi ca o să vă feriți de ei ca dracul de tămâie. NU DICTATURII PULOVERULUI PUS PE UMERI!

Apoi, s-a făcut seară, ziua și un grătar cu languste fripte în țepușe. Cine vorbește de decolonizare? Nimic nu colonizează mai dihai ca publicitatea mondială: în fundul celei mai mici colibe de la capătul lumii, Nike, Coca-Cola, Gap și Calvin Klein au înlocuit Franța, Anglia, Spania și Belgia. Atâta doar, ca negrișorii trebuie să se mulțumească doar cu fărâmituri: șepci copiate, Rolexuri false, cămăși Lacoste de pe care crocodilul, prost imitat, se duce de la primul spălat. Rosé-ul te cam ia de nas, dar pentru asta e aici, nu? Șaptesprezece sticle la opt oameni. Charlie e dezlănțuit – se bagă ca nebunul în toate distracțiile de la hotel, conga, karaoke, concursuri de tee shirturi ude și le împarte jucării McDo plozilor indigeni, care strigă: „Cadou” Cadou!”.

Octave știe că, de luni, toată minciuna asta va lua sfârșit. Dar când o minciună încetează, asta nu înseamnă că te întorci la adevăr. Atenție: o minciună poate ascunde alta.

Mai să fie, ce complicat e, dacă nu belești ochii, iei țeapă în doi timpi și trei mișcări.

Charlie îl bate peste spate pe Octave care îi întinde papiroasa lui de iarbă.

— Ia zi, știai că Pepsi vrea să înregistreze albastrul?

— Mda, Charlie, bineînțeles că știu, iar fericirea îi aparține lui Nestlé, ce crezi? Sunt la curent cu actu...

— Tocmai. Uite aici! (Flutură un exemplar din **Le Monde)**. Am una și mai bună pentru cărțulia ta: Institutul de Médiamétrie tocmai a pus la punct un nou sistem de măsurare a audienței. E o cutie ce conține o cameră cu infraroșii, care supraveghează mișcările ochiului, și un ceas care conține un microfon, un procesor și o memorie pentru a înregistra activitatea urechii. Vor ști, în sfârșit, ce privesc și asculta consumatorii la ei acasă, dar nu numai în fața televizorului, ci și în mașină, în hipermarketuri, peste tot! FRATELE CEL MARE VĂ PRIVEȘTE!

Charlie pufăie o linie și se pune pe tușit. Octave aproape că moare de râs.

— Așa, așa tușește, Mister Meterez, e cel mai bun lucru pe care-l poți face. Până la urmă, Orwell a făcut bine că a fost ofticos. În felul ăsta a evitat să vadă câta dreptate a avut.

Seminarul de motivare începe cu o utopie colectivistă: iacătă că, deodată, suntem cu toții egali, sclavii îi tutuiesc pe patroni, faceți-i loc orgiei sociale. Măcar în prima seară. Pentru că, de a doua zi, clanurile se formează din nou, nu se mai amesteca decât noaptea, pe culoarele unde se fac schimburile de chei: atunci, vodevilul devine singura utopie. O juristă beata-moarta se ușurează stând pe vine în grădină; o secretară își ia micul dejun de una singură, fiindcă nimeni nu vrea să-i vorbească; o directoare artistică cheauna de calmante îi ia pe toți la poceala după ce s-a abțiguit (dar urât de tot: cu palme, pumni în ochi, lui Octav i-a rupt chiar și cămașa); de fapt, în călătoria asta, nu-i nici măcar o persoană întreaga la cap. Viața din Întreprindere reproduce cruzimea din școală, dar într-o versiune mai violentă, pentru că nimeni nu te apără. Rahat mâncat cu

polonicul, agresiuni nedrepte, hărțuiala sexuală și mici războaie pentru putere: totul e permis, ca în cele mai oribile amintiri din recreații. Ambianța fals destinsa din publicitate reproduce înmiit coșmarul din timpul școlii. Toată lumea își îngăduie să fie grosolană cu toată lumea, ca și cum toată lumea ar avea opt ani, și trebuie să înghită totul zâmbind, altfel, n-ai mai fi „cool”. Cei mai bolnavi sunt, bineînțeles, cei care se cred cei mai normali: manageri convinși că sunt manageri pe bună dreptate, directori de clientela convinși că sunt nedreptățiți fiindcă nu sunt manageri, responsabili de trafic care își așteaptă pensia, patroni puși pe banca acuzaților, manageri puși pe chef. Dar unde naiba-i Jef? Octave nu l-a văzut printre tovarășii de călătorie. Păcat, acest marketing de șoc l-ar fi putut informa în privința neliniștii care pare să-i roadă pe conducătorii de la Rosse. Duler-e-un-cacat trebuie să le fi înfipt iar pumnalul în spate.

Pe plajă, Octave plânge de emoție, admirând nisipul lipit de pielea transpirată a fetelor, vânătăile albastre de pe coapse, juliturile de pe genunchi, încă o priză și ar fi în stare să se îndrăgostească de un omoplat. Îi trebuie în fiecare zi rația lui de praf de frumusețe[59]. Săruta brațul lui Odile, pentru că e parfumată cu „Obsession”, ceasuri întregi îi vorbește de cotul ei.

— Îmi place cotul tău ațintit spre viitor. Lasă-mă să-ți admir cotul ale cărui puteri tu nu le cunoști. Prefer cotul tău. Aprinde-ți țigara, da apropie-ți flacără de obraz. Încearcă să-mi îndepărtezi gândul de la el, dacă vrei, dar n-ai să mă împiedici să-ți sărut cotul. Cotul tău îmi este colac de salvare. Cotul tău mi-a salvat viața. Cotul tău există, l-am întâlnit eu. Las moștenire corpul meu cotului tău fragil care mă face să plâng. Cotul tău este un os cu piele pe deasupra, o piele puțin uzată pe care ți-ai zdrelit-o în copilărie. Altădată aveai deseori o crustă aici, în locul pe

care ți-l sărut. Un cot nu-i mare lucru și totuși, oricât aș căuta în acest moment, nu văd o altă rațiune de a trăi.

— Ești o figură.

— Pentru moment, îmi este deajuns să-ți ling cotul. După aia pot să mor.

El declamă:

Pentru mine, cotul lui Odile Este chiar călcâiul lui Achille.

Apoi, folosind spatele lui Odile ca masa în scris, Valmont-ul nostru bronzat i-a scris o carte poștală Sophiei:

„Scumpă Obsesie, Ai putea avea amabilitatea de a mă salva de mine însumi? Dacă nu, îmi bag picioarele în apă și degetele în priză. Exista un lucru mai rău decât acela de a fi cu tine: să fiu fără tine. Întoarce-te. Dacă te întorci, îți dăruiesc un Wolkswagen – New Beetle. Bine, de acord, propunerea e cam tâmpită, dar tu ești de vină: de când ai plecat, devin tot mai serios. Mi-am dat seama că nu mai exista o altă fată ca tine. Și am tras concluzia că te iubesc”.

Inutil să semneze, Sophie va recunoaște un stil atât de personal. Exact după ce a expediat cartea poștală, Octave regreta că nu a rugat-o în genunchi: „ajutor nu reușesc, nu mă pot lipsi de tine Sophie nu e posibil să nu mai fim împreuna dacă te pierd, pierd totul”, rahat, să se târască la picioarele ei, asta trebuia să facă, nici măcar de asta n-a fost în stare?

Înainte de Sophie, agata fetele învinuindu-le că au gene false. Ele negau. Atunci, le punea să-și închidă ochii, pentru ca să verifice, și profită de asta ca să le sărute buzele strălucitoare. Le mai făcea figura cu camionul:

— Zi „camion”.

— Camion.

— Tit, tit (și le atingea sânii).

Fără să uite pariul:

— Pun pariu că pot să-ți ating fundul fără să-ți ating hainele.

— O. K.

— Am pierdut (punându-le mâna pe fund).

Sau faza cu *„tequila bum bum”*: îi spui fetei să țină în dinți o bucată de lămâie verde, îi pui sare pe mână, lingi sarea, dai peste cap o dușcă de tequila-Schweppes și te duci după lămâia din gura ei. După trei traseuri de genul ăsta, lămâia verde este înlocuită în general, cu limba.

Împotriva oricărei așteptări, aceste stratageme funcționau. Cu Sophie a fost altfel. El s-a făcut că era cu adevărat interesat de ea. Iar ea s-a făcut că-l ascultă. Au sfârșit prin a crede ceea ce nu-și spuneau. Și, într-o zi, ea l-a întrebat:

— De ce nu spui nimic?

— Când nu spun nimic e de bine: înseamnă că sunt intimidat. Când sunt intimidat e de bine; înseamnă că sunt tulburat. Când sunt tulburat e de bine: înseamnă că mă îndrăgostesc. Și când mă îndrăgostesc e de rău.

A iubit-o pentru că era măritată. S-a îndrăgostit de ea pentru că nu era liberă. Lucra împreuna cu ea la TBWA din Plas, dar nu o putea avea. A iubit-o și pentru că era însurat, pentru că era ceva interzis, secret și bengos. A iubit-o ca pe toate femeile pe care nu-ți este îngăduit să le curtezi: mama, sora, logodnicele tatălui și prima dragoste, imposibilă, cu sens unic. Dragostea seamănă cu dominoul: prima cădere le antrenează pe toate celelalte. A dorit-o ca pe toate fetele drăguțe din copilărie, adică fără ca ele să știe. Apoi i-a spus: „Când mă îndrăgostesc e de rău” și n-a fost uimită. I-a dat întâlnire la miezul nopții, pe Pont des Arts, a treia bancă de la Academia Franceză, cum te uiți la Pont Neuf, acolo unde Sena se desparte în două brațe

deschise către viitor. După aia a devenit prea frumos pentru a fi adevărat. A fost de ajuns ca ea să vină la întâlnire.

— Scuzați-mă, domnișoară, aș putea avea coordonatele dumneavoastră, pentru ca să vă recontactez ulterior?

— Dar bineînțeles, domnule...

— Octave, spuneți-mi Octave. Cred că sunt îndrăgostit de dumneavoastră. Vă rog, doamnă, v-ar deranja dacă aș aluneca pe sânii dumneavoastră?

— Vă rog, considerați-vă la dumneavoastră acasă. Dar n-ați putea să vă învârtiți limba de șapte ori în gura mea, înainte de a vorbi?

— Aveți cumva un local?

E păcat să te îndrăgostești așa de ușor. E o explozie de senzualitate care îi paște pe oamenii cu belciugul în deget. Plăcerea este sabia lui Damocles a căsătoriei. Sophie l-a dus în parcarea agenției de pe strada Pont Neuf, un loc întunecat și tăcut, ca să facă dragoste lipiți de un perete de beton, în picioare, între două rable de serviciu. Cel mai lung orgasm din viața amândurora. Apoi, ea i-a luat telefonul mobil, și a format numărul și l-a înregistrat în memorie:

— Așa, n-ai să poți spune că l-ai pierdut.

Octave era atât de îndrăgostit de ea, încât trupul i se revolta de cum se despărțea. Făcea coșuri, alergii, avea dureri de stomac, insomnii continue. Când creierul crede că are totul sub control, inima se răscoală, plămânii se golesc. Orice persoană care își neagă dragostea devine o urâțenie și cade bolnavă. Lipsa Sophiei îl urâțea pe Octave. Acest lucru e valabil și azi: nu îi lipsește numai drogul.

— SCULA MEA ZBIARĂ DE FOAME!

Octave strigă la microfon. Odile se ondulează. În bombă de noapte de la hotel, Octave pune discuri. Trebuie să se descurce cu ce are: câteva maxi discuri vechi, compilații de

varieteu francez, trei discuri mucegăite de 45 de turații. De bine de rău, izbutește să umple ringul cu mijloacele de bord, mai ales cu cel mai frumos cântec din lume: „C'este și bon/De partir n'importe où/Bras dessus bras dessous/En chantant des chansons”[60] al Earthei Kitt. Dar cedează și în fata facilului și pune „YMCA”.

— Village People e ca vinul, declara Octave: e mai bun când se învechește.

Orice, dar nu „Marcia Baila”. Când și când, în fata amicelor sale, Odile se lipește de el. Cum se îndepărtează amicele, cum se îndepărtează și ea. Nu îi place de el, ci îi place *el în fața girls band-ului său*. Octave se simte bătrân și urât într-o lume tânără și frumoasă. O apucă de mâna și se zborșește:

— Fufele de 18 ani sunt jalnice.

— Mai puțin decât bărbații divorțați de 33 de ani.

— Singurul lucru pe care n-am să-l pot schimba niciodată la tine e vârsta mea.

El aleargă după o droaie de fete frumoase pentru ca să evite întrebarea de ce aleargă după droaia de fete frumoase. Răspunsul îl cunoaște mai mult decât bine: ca să nu rămână cu una singură.

Mai târziu, nu s-a întâmplat nimic. Octave a cărat-o pe Odile, care se clătină, în cameră. Ea s-a dus ață la baie și el a auzit-o vomitând. Apoi, fata a tras apa și s-a spălat pe dinți, sperând că el să nu fi observat nimic. Când ea s-a dezbrăcat, Octave s-a făcut că doarme, apoi a adormit de-a binelea. Camera mirosea a vomă și a Fluocaril.

La întoarcere, în avion se simțea nevoie unei avalanșe de brushing-uri și a unor deodorante, care însă rămăseseră în pană. Octave recita cu glas tare „Parole, Parole”, partea lui Alain Delon, din cântecul lui Dalida:

„C'est étrange Je ne sais pas ce qui m'arrive ce soir Je te regarde comme pour la première fois, Je ne sais plus comment te dire Mais tu es cette belle histoire d'amour Que je ne cesserai jamais de lire Tu es d'hier et de demain De toujours Ma seule vérité”[61]

Curios cum de coboară uneori gradul doi în primul.

Nimeni din generația lui nu mai îndrăznește să vorbească așa.

„Tu ești ca vântul care face să răsune strunele viorii și duce în depărtări parfumul trandafirilor”.

A ascultat atât de des cuvintele astea, urlând de râs împreuna cu prietenii lui burdușit cu praf. De ce oare le găseau atât de ridicole? De ce romantismul ne face să fim atât de stânjeniți? Ne e rușine de emoțiile noastre. Ne ferim de patos ca de ciumă. Nu este de dorit glorificarea uscăciunii.

„Tu es mon rêve défendu Mon seul tourment Et mon unique espérance.”[62]

Secretarele chicotesc când, de fapt, ar izbucni în lacrimi în fața primului gagiu care ar cuteza să le spună „tu ești visul meu interzis”, privindu-le ținta, în ochi. Poate că, emoționate, rânjesc de dorință. Schimbă subiectul, amintesc de tarifele avantajoase pentru developarea fotografiilor, oferite de Comitetul de Întreprindere. Ele nu vorbesc despre cei din conducere decât rostindu-le inițialele:

— FHP a vorbit cu PYT?

— O să trebuiască să vadă chestia asta împreuna cu JFD.

— PPM s-a desfășurat bine cu HPT și RGP.

— Da, dar LG și AD n-au validat nimic.

Tot restul zborului este folosit pentru bombănelile în legătură cu suma scăzută alocata tichetelor de masă. Octave

încearcă întruna să râdă mai tare decât ceilalți, și, uneori, izbucnește. QED[63].

▫ 6 ▫

După omul invizibil, femeia invincibilă. În avionul care zbura exact în sens opus, după câteva zile, Sophie citea cartea poștală a lui Octav și nu o găsea deloc nostimă. Era însărcinată cu el dar nu-l mai iubea. Îl înșela de o lună cu Marc Marronnier. În Senegal, se ducea să-l întâlnească tocmai pe Marc, care hotărâse să-și prelungească șederea.

La început, suferise ca o martiră. Ca să-i dai papucii cuiva iubit căruia îi mai porți și copilul în pântec, e nevoie de un curaj supraomenesc, nu, rectificare, de un curaj *sub-omenesc*: un curaj de animal. E ca și cum ți-ai tăia un picior, fără anestezie, cu un briceag ruginit, într-o versiune prelungită. Apoi a vrut să se răzbune pe el. Dragostea i se transformase în ura și, de aceea, l-a sunat pe bossul lui Octave, pentru care lucrase cu câțiva ani în urmă. El a invitat-o la masă și, acolo, ea n-a mai putut, a plâns și i le-a pus pe toate pe masa de pe Quai Ouest. Marronnier tocmai se despărțise de ultimul lui manechin, asta pică bine la nivelul taimingului sau sentimental. Au comandat „céviches de pétoncle en escabèche”[64]. Octave o sunase pe Sophie de pe mobil în timp ce Marc îi pipăia deja picioarele, pe sub masă.

— Alo, Sophie! De ce nu mă suni niciodată când îți las mesaje?

— Nu mai am numărul tău.

— Cum nu mai ai numărul meu?

— L-am șters de pe mobil.

— Da' de ce?

— Îmi consuma memoria.

Ea a închis, apoi și-a deconectat aparatul, apoi s-a lăsat pupata pe deasupra spumei de ciocolată. A doua zi, și-a schimbat telefonul.

Sophie ștergea ceea ce îi consuma memoria.

Octave nu știa de legătura ei cu Marc, dar ar fi trebuit să se considere fericit: să fii încornorat de patronul tău este echivalent cu o concediere indirectă. Nici avionul Sophiei nu s-a prăbușit. Marronnier o aștepta pe aeroportul din Dakar. Au făcut dragoste o dată pe zi, timp de opt zile. Începeau să fie la vârsta când e deja prea mult. Nu sufereau niciunul, nici celălalt; le plăcea să ardă gazul împreuna. Totul li se părea atât de simplu și, dintr-o dată, atât de clar. Îmbătrânind nu ești mai fericit, nu, însă lași stacheta mai jos. Ești mai tolerant, spui ce nu merge, ești senin. Fiecare secundă de răgaz e bună de savurat. Marc și Sophie nu se potriveau bine unul cu celălalt, dar se simțeau bine unul cu celălalt, ceea ce se întâmpla mai rar. Chestia care îi sifona cel mai mult era că purtau numele unui sitcom răsuflat: „Marc și Sophie”.

Totuși nu pentru asta s-au hotărât să moară. Nu?

NU PLECAȚI! DUPĂ PUBLICITATE, ROMANUL CONTINUĂ UN TÂNĂR DEALER BĂRBOS, CU BRAȚELE ÎNTINSE ÎN CRUCE, STA ÎN PICIOARE PE O MOVILĂ AFLATĂ ÎNTR-O GROAPĂ PUBLICĂ DE GUNOI. ÎN JURUL LUI, DOISPREZECE CLIENȚI FORMEAZĂ UN CERC. TOȚI POARTĂ SWEAT-SHIRT-URI CU GLUGĂ, BLUZOANE K-WAY, CASCHETE DE BASEBALL ȘI SHORTS BAGGYS. ÎL VENEREAZĂ PE DEALER ÎN MIJLOCUL ACESTUI MAIDAN.

DEODATĂ, TRAFICANTUL SPUNE:

— ADEVĂR ZIC VOUĂ, CARE DINTRE VOI ÎMI VA ARUNCA PRIMA PIATRĂ?

UNUL DINTRE APOSTOLI ÎI ÎNTINDE, ATUNCI, O „PIETRICICĂ” DE COCAINĂ.

— IATĂ, DOAMNE, O PRIZĂ.

ATUNCI RĂSUNĂ O MUZICĂ DIVINĂ, ÎN TIMP CE O RAZĂ DE LUMINĂ VENITĂ DIN CER CADE PESTE PIETRICICĂ ALBĂ, PE CARE SFÂNTUL DEALER O ÎNALȚĂ, STRIGÂND:

— TU EȘTI PETRU ȘI PE ACEASTĂ PIATRĂ ÎMI VOI FACE BISERICUȚE[65].

APOI, SUPERSTARUL NOSTRU PĂROS ZDROBEȘTE PIETRICICA DE PRAFURI ÎN MÂNĂ ȘI O TRANSFORMĂ ÎN PUDRĂ ALBĂ. CÂND ÎȘI DESFACE PUMNUL, ÎN PALMA LUI SUNT DOUĂSPREZECE LINII PERFECT PARALELE.

— LUAȚI, TRAGEȚI, ACESTA ESTE SUFLETUL MEU CARE SE DĂ PENTRU VOI.

CEI DOISPREZECE DISCIPOLI CAD ÎN GENUNCHI, PRINTRE GUNOAIELE MENAJERE ȘI STRIGĂ:

— ALELUIA! A ÎNMULȚIT LINIILE!

PACKSHOT: O GRĂMADĂ DE PUDRĂ ALBĂ, ÎN FORMĂ DE CRUCE, CU PAIE DE TRAS PE NAS, ÎNFIPTE ÎN EA.

VOCE DIN OFF CU SLOGANUL. „COCAINĂ. IA. ȘI VEI MAI LUA”.

• IV •
Noi •

„Pentru ca mesajul nostru să aibă șansa de a produce o impresie durabilă asupra publicului, a trebuit să ucidem oameni”.

THEODORE KACZYNSKI zis „Unabomber”. Manifest apărut în Washington Post și New York Times, la 19 septembrie 1995

▫ 1 ▫

Am fost șocați cu toții de sinuciderea lui Marc. Dar am minți dacă am spune că gestul lui ne-a surprins. Versiunea oficială spune că s-ar fi înecat la Saly, dus în larg de un curent submarin. Noi însă știm prea bine că s-a dat la fund pentru ca să scape de o viață care îl incomoda. Toți știam că Marc era stresat, simțeam pre bine că se zbate, îi împărtășeam bună dispoziție prefăcută și schimbăm vorba când pomenea despre autodistrugere. Refuzăm să vedem ceea ce era clar: Marronnier era gata să-și ia zilele și noi n-aveam intenția să-l salvăm. Îi puneam la cale îngropăciunea chiar înainte de a fi murit. „Regele e ca și mort, trăiască regele”. La înmormântarea lui Marc, în cimitirul din Bagneux se smiorcăiau 300 de publicitari, în special cei care îl uraseră și îi doriseră moartea de atâta amar de vreme: se simțeau vinovați pentru că li se împlinise dorința și se întrebau pe cine naiba aveau să deteste de aici înainte, în domeniul comunicării, ca să avanseze, ai nevoie să strivești un dușman; este foarte derutant să fii lipsit dintr-o dată de un motor atât de indispensabil.

Am fi preferat ca această ceremonie să fie doar un vis. Eram la înmormântarea unui provocator și priveam la sicriul care cobora în groapă, nădăjduind ca asta era ultima lui mânărie. Ce bine ar fi fost dacă, dintr-o dată, camera ar fi părăsit cadrul și am fi văzut că ceremonia era organizată de actori: preotul ar fi fost un actor bătrâior, prietenii înlăcrimați ar fi pufnit în râs, în spatele nostru o echipă de tehnicieni ar fi înfășurat cabluri și un regizor ar fi strigat: „tăiați!”.

Am vrea foarte adesea ca viața să ne fie doar un vis. Ne-ar plăcea să ne trezim, ca în filmele proaste, și să ne rezolvăm toate problemele prin acest subterfugiu. Cum se îneacă un personaj la cinema, hopa, cum își vine în fire. De câte ori n-am văzut, pe ecran, chestii de-astea: eroul, atacat de un monstru vâscos și carnivor, este la ananghie, dar exact în clipa în care îngrozitoarea jivină se repede să-l devoreze, bum, se scoală nădușit din culcuș? De ce în viață nu mi se întâmpla asta niciodată? Îm?

Cum faci să te trezești, atunci când nu dormi?

Ăsta era un sicriu cu cenușa adevărată în el (Charlie chiar adunase un pumn, pe care și-l pusese în buzunar). Noi am plâns cu lacrimi adevărate. Noi, adică toată Rosse Europa: Jef, Philippe, Charlie, Odile, stagiarii, puternicii, inutilii, și eu, Octave, cu Kleenex-ul lui, Octave mereu acolo, nici mătrășit, nici demisionat, doar puțin dezamăgit pentru că n-a venit Sophie. Noi, adică toți paraziții întreținuți cu banii agenției Rosse: proprietarii de canale de televiziune, acționari ai unor mari rețele radio, cântăreți, actori, fotografi, designeri, oameni politici, redactori șefi ai unor reviste, președinți de mari magazine, noi cei care decidem, noi, liderii de opinie, noi, artiștii vânduți, recunoscuți sau blestemați, noi plângeam. Noi ne plângeam soarta cea jalnică: în publicitate, când mori, n-ai parte de articole apărute în ziare, nici de afișe în berna, nici de

întreruperi de programe, n-ai decât stock-options nevândute și un cont secret în Elveția neutilizat. Când un publicitar moare, nu se întâmpla nimic, doar că e înlocuit cu un publicitar viu.

▫ 2 ▫

Peste câteva zile, South Beach, Miami. Pameleandersoane de toate mărimile, jeanclaudevandammi căcălău. Suntem cu toții Friends. Facem U. V. Înainte de a ne înălța chipul către soare. Ca să răzbați într-o astfel de lume, trebuie să semeni cu o bimbo[66] sau cu un actor de filme porno. Ne drogam deoarece alcoolul și muzica nu mai sunt deajuns pentru ca să ne insufle curajul de a vorbi unii cu alții. Trăim într-o lume în care singura aventura e să regulezi fără cauciuc. De ce alergam toți după frumusețe? Pentru că lumea asta e așa de urâta, încât îți vine să verși. Vrem să fim frumoși pentru că vrem să fim mai buni. Chirurgia estetică este ultima ideologie care ne-a mai rămas. Toată lumea are aceeași gură. Lumea e împânzita de perspectiva clonării umane, când, de fapt, ea exista deja și se numește „plastic surgery”[67].

În toate barurile, Cher cânta „Crezi în viața de după dragoste?” De acum, ar trebui să ne punem întrebări cu privire la viața de după om. O societate alcătuită din sublime creaturi postumane, descotorosite de nedreptatea urâțeniei, a cărei capitala mondială va fi Miami. Vom avea cu toții aceleași frunți bombate și inocente, pielea ca satinul, ochii migdalați, toată lumea va avea dreptul la mâini lungi, cu unghiile lăcuite în argintiu, va exista o distribuție generală de buze cărnoase, pometi înalți, urechi delicate, nasuri strengărești, plete ca mătasea și, mai ales, coate ascuțite. Coate pentru toți! La drum spre democratizarea cotului. Așa cum a recunoscut, cu atâta

umilința, într-un interviu Paulina Porizkova: „Sunt mulțumită că oamenii mă considera frumoasă, însă ăsta e numai o problemă de matematică: numărul de milimetri pe care îi am între ochi și bărbie”.

Charlie și cu mine telefonam fără fir, stând în picioare în apa mării. Circulam pe plajă în Jeep-uri gigantice. În ciuda morții lui Marronnier, n-am anulat turnarea MAIGRELETTE – erau deja angajate prea multe cheltuieli de producție. La un moment dat, Charlie a scos din buzunar o cutiuță cu câteva grame din cenușa lui Marc Marronnier. A împrăștiat-o deasupra apei. Asta ar fi vrut Marc: să plutească peste valurile de la Miami. În palma lui a mai rămas puțină cenușa. Atunci, mi-a venit o idee. I-am spus să-și întindă brațul spre soare și să-și desfacă palma. M-am aplecat și am tras pe nări ceea ce mai rămăsese din prietenul, din mentorul meu, Marc Marronnier. I've got Marronnier runnin'around my brain[68]!

Anunțați-ne dacă găsiți măcar o singură fată nasoală în orașul ăsta. Cei care, oriunde în altă parte, sunt din punct de vedere statistic anormali, (frumoșii și musculoșii), aici reprezintă norma; aproape că devin plicticoși (să ne amintim totuși că eu sunt un militant al plictisului). Exista întotdeauna o fată mai tânără și mai frumoasă decât precedenta. Suava tortura. Dar Pofta e unul dintre cele șapte păcate capitale. Miami, oraș înfrățit cu Sodomă, Gomora și Babilon.

La Coconut Grove, un tip plimba șase chihuahua în lesă și le aduna rahatul cu o mănușă de plastic. În drumul lui întâlnește negustori de salsa și schiori de fond cu role. Grupuri de ființe bronzate care vorbesc la mobile, în față, la Colony. Înțelegem că, la Miami, suntem în interiorul unei uriașe reclame. Nu mai e publicitatea cea care copiază viața, ci viața copiază publicitatea. Cadillacuri roz, a căror

podea este luminată cu neon, trepidează în ritmul rapului chicano. Atâta frumusețe și bogăție nu pot decât să te căpieze. La News Café scanam top-modele, dar am prefera să le desfigurăm.

Districtul Art Deco din Miami este în sudul orașului, la malul mării. A fost construit în anii 30, pentru pensionari. La începutul anilor 40, mulți militari au fost mobilizați la Miami, pentru că US Army se temea de un atac la japonezilor în Florida. Apoi, în 1959, căderea lui Batista a adus o puternică imigrație cubană. Prin urmare, Miami amesteca pensionării (proprietari ai fondurilor de pensii, pentru care muncesc toți salariații din lume, pe toată durata anului), militarii (care îi apara) și cubanezii (care îi droghează): cocktailul perfect. În anii 70, criza petrolului a potolit orașul. A fost considerat terminat, demodat, has-been[69], până când, zece ani mai târziu, în 1985, l-a relansat publicitatea.

În anul acela, Bruce Weber a shootat[70] o serie de fotografii, pe Ocean Drive, pentru Calvin Klein. Apariția acestor pagini de publicitate în revistele din lumea întreaga a făcut că Miami să devină instantaneu capitala mondială a lumii. Miami este orașul al cărui print e un fotograf. Dacă naziștii ar fi beneficiat de o forță publicitara de șoc pe măsura celei dintr-un asemenea loc, ar fi ucis de zece ori mai multă lume. Christy Turlington a fost descoperită aici, pe plajă, de un „talent scout”[71]. Apoi, în acest loc, înainte de a muri asasinat la 15 iulie 1997, Gianni Versace și-a realizat toate cataloagele. Ființe cu role, cubanezi arămii, gays în șort, aluneca pe trotuare, cu ochii ascunși în spatele unor Oakley ultimul model. Toate aceste lucruri nu sunt contradictorii. Până la urmă, naziștii au câștigat: chiar și tipii black își fac părul blond. Ne dăm peste cap ca să semănăm cu voioasa Hitlerjugend, cu tablete Galak pe

abdomen. Antisemiții au obținut ceea ce voiau: Woody Allen le-o fi făcând pe fete să se hlizească, dar ele prefera totuși să se culce cu blondul arian Rocco Siffredi.

La umbra unui palmier chel, contemplam Volleypalooza, un campionat de volei pe plajă cu durata de două zile, între agențiile de manechine. Arbitrează Steven Meisel și Peter Lindhergh. (de altfel, în timpul celorlalte 363 de zile din an, ei arbitrează chiar planeta). Incarnări ale perfecțiunii, în bikini roșii și negri, smasheaza[72] pe nisipul arzător. Picăturile de sudoare amestecate cu apa de mare le zboară din părul blond, pentru a ateriza pe buricul cremuit al prietenelor lor, care râd. Când și când, briza ușoară, venită dinspre ocean, le face pielea de găină; chiar și de la distanță ne putem delecta văzându-le delicată înfiorare a brațelor. Nisipul împrăștiat pe umerii lor fragili strălucește ca o ploaie de paiete fine. Acest spectacol ne rănește inima cu o melancolie monotonă[73]. Ce ne omoară mai rău, sunt dinții lor albi. Măcar dacă aș fi înregistrat și eu un disc vândut în zece milioane de exemplare, alta faina s-ar măcina la moară. Ah, apropo, Volleypalooza a fost câștigat de echipă în bikini roșii. Căpităneasa echipei învingătoare are 15 ani; pe lângă ea, Cameron Diaz, Uma Thurman, Gisele Bundchen și Heather Graham sunt patru băbătii coclite. Și ia va mai gândiți că nouă ne stă capul doar la cum să le-o tragem splendorilor ăstora. Ni se bălăngăne la vaginul lor. Ce-am vrea noi e să le atingem pleoapele cu vârful buzelor, să le alintăm fruntea cu vârful degetelor, să stăm lungiți alături de trupul lor, să le ascultăm povestindu-și copilăria din Arizona sau din Carolina de Sud; ce-am vrea noi e să vedem împreuna cu ele un serial TV, ronțăind nuci de caju, și doar să le aranjăm din când în când o șuviță de păr, după ureche; pricepeți ce vreau să spun au ba? O, noi am ști să ne ocupăm de voi, să comandăm sushi la room-service, să dansăm un slow pe

„Angie” a lui Rolling Stones, să râdem de amintirile din liceu, pentru că, da, avem aceleași amintiri din liceu (prima pileală cu bere, tunsorile caraghioase, prima dragoste care e și ultima, bluzoanele de blugi, bairamurile, hard-rockul, *Războiul stelelor*, toate chestiile astea), dar bambinele prefera întotdeauna pozării homo și piloții de Ferrari, că de-aia nu se mai învârte nici planetă cum trebuie. Nu, nu-s un obsedat sexual, însă nu există cuvântul care să-l denumească pe un obsedat de plămân. Ori, poate că da: sunt un „obsedat pulmonar”, asta era.

Seara, luăm cina cu câteva subtop-uri, pe un iaht închiriat. După desert, Enrique Curjos pariază cu una dintre ele pe o mie de dolari că nu e capabilă să-și scoată chiloții și să-i arunce în tavan, ca să vadă dacă rămân lipiți acolo. Fata se execută și noi ne hlizim, deși nu-i nimic nostim (chiloții i-au căzut în platoul cu spaghete). Lumea întreaga se prostituează. A plăti sau a fi plătit, aceasta este întrebarea. Grosso merdo[74], până pe la patruzeci de ani ești plătit; după, îi plătești tu pe ceilalți, așa merge treaba. Tribunalul Frumuseții Fizice nu acorda drept de apel. Playboys cu barba de patru zile privesc ca să vadă dacă sunt priviți și noi îi privim privind dacă sunt priviți, iar ei ne privesc privindu-i privind dacă sunt priviți și tot așa, e un dans fără sfârșit, care amintește de „palatul oglinzilor”, o veche atracție de bâlci, un soi de labirint al oglinzilor, unde te ciocnești de propria ta imagine. Îmi amintesc că, în copilărie, ieșeam de acolo cu căpățâna plină de cucuie de la atâtea bușeli cu noi înșine.

▫ 3 ▫

Ocean Drive, cu neoane care electrocutează pe trecătorii fluorescenți. Vântul cald aduce ecourile unor serate dispărute. În ajun, la Livind Room, fetele dansau ca niște

ciosvârte de carne. (Dacă intri la Living Room, înseamnă că ești VIP. O dată aflat înăuntru, dacă ai masa, înseamnă că ești VVIP. Dacă pe masa ta ai o sticlă de șampanie, înseamnă că ești VVVIP. Iar dacă patroana îți dă un pupic pe gura, înseamnă că ori ești VVVVIP, ori ești Madonna). Miami Beach este o uriașă cofetărie: clădirile seamănă cu niște ice-cream, iar fetele cu niște bomboane pe care ți-ar plăcea să le topești sub limbă.

Deșteptare la șase dimineața. Ca să turnăm în cea mai frumoasă lumină am închiriat o casă de miliardari la Key Biscayne, cu copii după tablourile Tamarei de Lempicka pe pereți. Tamara (a noastră) se obișnuiește iute cu noua sa viață de pub-star. Este coafata, machiată, îmbuibata cu cafele în rulota regiei. Decoratorii au sarcina de a revopsi peluza (nu îndeajuns de verde în raport cu story board-ul). Șef op-ul[75] da ordine de neînțeles unor tehnicieni înțelegători, care își tot fac de lucru măsurând eclerajul și schimbând între ei cifre cabalistice:

— Încearcă să treci în 12 pe 4.

— Nu, o să încercam alta focală, pune-ți optul în 14.

Charlie și cu mine mâncam tot ce ne propune catering-ul: chewing-gum, ice-cream cu brânza, bubble-gum, hamburgeri de somon, chewing-gum de ice-cream de somon cu brânza de pui în sashimi. Deodată, e ora opt și jumătate, iar Enrique nu mai zâmbește.

— El cero e alb, nu se pote turna pe asta timp.

Clientul a specificat anume că vrea cer albastru și umbre proiectate.

— Mă qué, întărește el, esta la lumina de Dumnezeu.

La care Charlie i-o-ntoarce cu aerul unui împărat.

— Dumnezeu e un director foto deplorabil.

Un cer alb e imposibil aranjat la etalonare. Dacă am turna pe un asemenea timp, ar trebui să colorăm cu Flame imagine cu imagine, ceea ce înseamnă 6 K€ pe zi. Așa că mic-dejunam de zece ori, așteptând să se ridice ceata. Producătoarea TV își smulge părul din cap dându-i telefoane asiguratorului parizian să deschidă umbrela lui „Weather Day". Eu, unul, nu intru în panică: de când m-am lăsat de „praf", mănânc tot timpul.

Tamara, cu Charlie și cu mine, suntem „Jules și Jim"-ii Floridei. Aici, americhenii ne tot întreabă:

— Are you playing a „ménage à trois"[76]?

Bem Corona toată dimineața și râdem întruna. Toată lumea se îndrăgostește de Tamara: ea încasează 1 euro-baton pe zi pentru a provoca acest gen de reacție chimică la masculi. Niște bărboși poartă caschete și cabluri, talky-walky-uri cârâie de-a surda, câțiva tehnicieni de la ecleraj scrutează cerul cu un aer neputincios, noi ne ungem cu ecran total ca să ne prindă soarele. Paravane negre ne protejează de realitate; lumea e chiorâtă. Dar, fără soare, la ce naiba mai e bun Miami?

— Trebuie să avem grijă să nu intre palmierii în cadru: se presupune că suntem în Franța, nu uitați. Sau dacă nu să prevedem un matt-painting cu plopi și fagi.

— Bravo pentru observație, Octave, tocmai te-ai făcut util. Cu o singură frază ți-ai justificat prețul biletului de avion.

Charlie glumește, dar pare preocupat. Se tot învârtește în jurul cozii încă de dimineață. O să ia taurul de coarne? Ei bine, da:

— Știi, Octave, trebuie să-ți spun ceva. La agenție se vor face schimbări importante.

— Da, mersi, după moartea DC-ului, e probabil.

— Nu se zice moartea DC-ului, ci decesul DC-ului.

— Îndrăznești să faci goange pe seama sinuciderii patronului nostru multiubit?

Tamara se hlizește, dar Charlie îi dă înainte:

— Ai observat că Jef n-a venit în Senegal?

— Da, și când am văzut chestia asta, mi-a venit să-mi anulez șederea. Nu știu cum de am reușit să supraviețuim patru zile fără el.

— Nu te mai prosti. Eu știu unde era Jef, în timp ce noi îi trăgeam cu dadadirladada. Scumpul nostru marketing era la New York, îți dai seama, cerându-le granzilor de la Rosse locul Președintelui Philippe.

— Ce-ai zis?

— Jef, mititelul de el, l-a lucrat în foi de vită, cu sprijinul lui Duler de la Madone; le-a spus că aveau să piardă comanda asta, dacă nu schimbau echipa de conducere din Franța. Și știi ce-au zis mahării grupului?

— Go fuck yourself, Jef?

— Vezi să nu. Americhenii mor după așa ceva: tânărul lup arivist care le șutește boșorogilor porumbul de foc – asta-i învața pe rechinii ăia la Harvard și în westernurile cu John Waine.

— Ei, nu, stai puțin, lasa iordanele. Chestia asta ai fătat-o tu singur?

Charlie își roade o unghie și n-are aerul că s-ar ține de tromboane.

— Octavio, tot luându-ți notițe pentru cărțulia aia a ta, ai uitat să te mai uiți la ce-i în jur.

— Ei, na, bine că mi-o zici tu, care stai cu zilele pe Net să surfezi după poze deșucheate.

— Ba deloc, mă documentez asupra vremurilor în care trăiesc. Apropo, adu-mi aminte să-ți arăt filmul cu baba

care își mănâncă rahatul. Pe scurt. Nu i-ai văzut pe toți la Seminar, cum le tataia curul? Trezește-te: Jef o să fie numit manager general la Rosse, în locul lui Philipp, care va fi șef pentru toată Europa, e cusută cu ață albă. O să fie numit „chairman eméritu", ori o cioacă de genul ăsta.

— JEF PATRONUL AGENȚIEI?? Dar n-are nici măcar 30 de ani: e un copil de tata!

— Poate, dar în nici un caz copil de cor[77], dacă vrei să știi părerea mea. Bun venit în anii '00, partner. Este moda managerilor de 30 de coți. Sunt la fel de răi ca ăia de 50, dar dau mai bune și costă mai puțin. De-aia au zis banco acționarii americheni: având sprijinul alui mai baban buget din agenție, Jef nu putea să piardă. Or, Jef nu-l avea deloc la ficați pe Marronnier, ți-a picat fisa?

— Ei, fir-aș al dracu', nu cumva Marc s-o fi omorât fiindcă știa că javra asta mică urmă să-l flituiască?

— Bineînțeles. Dar mai ales fiindcă bănuia că noi o să-i umflăm postul.

Cerul o fi el alb, dar asta nu-i un motiv pentru ca să ne cadă în cap.

— Cred că n-am auzit bine, vrei să zici că Jef ne pune directori de creație?

— Jef m-a sunat în dimineața asta, să ne propună postul. Cu 30.000 de euro pe lună, fiecare, plus deconturile, apartamentul plătit și Porsche-le de serviciu.

Tamara zâmbește:

— Octave, scumpicule, pentru un tip care voia să fie mătrășit, asta pică nițel cam prost, nu?

— Uf, tu, creatura lui Dumnezeu, mă lași?

— – Ai dreptate, scumpi: voi sunteți creatori și eu sunt creatura.

— Drăguț, i-o tăie Charlie, dar ai cam zbârcit-o, fetițo. Acum suntem directori de creație. E o nuanță.

— Ei, ajunge! N-am zis că accept oferta.

— E una oferta que tu nu pote refusar, strigă Enrique, pentru că e clar că tot platoul știa în afară de mine.

Și taman acum s-a găsit și obrăznicătura asta de soare să apară.

▫ 4 ▫

Ai putea crede că Tamara a jucat comedie toată viața ei – și, dacă stai să te gândești, chiar așa și este. Meseria de call-girl te formează pentru actorie într-un mod mult mai eficient decât *Actors Studio*. Ea se arata a fi foarte degajată în fața camerei de filmat. Seduce obiectivul, își halește iaurtul cu atâta lăcomie, de parcă de asta i-ar atârna viața. N-a fost niciodată mai strălucitoare ca în această falsă gradina mediteraneană transpusa în Florida.

— She's THE girl of the new century[78], declară sentențios producătorul tehnic local, către tipa care turnează „making of" -ul. Cred că vrea: 1) să i-o prezinte lui John Casablanca de la *Elite*; 2) să i-o tragă pe sub coadă. Dar nu neapărat în această ordine.

Invadam un pământ străin înainte de a asedia spațiul mediatic. Campania MAIGRELETTE va rămâne pe sticlă până în anul 2004 și va fi prezentată prin afișe 4x3 plasate în stații de autobuz, anunțuri în presa feminină, publicitate la locurile de vânzare, etichete promoționale, ziduri pictate, jocuri-concurs de plajă, evenimente de teren, fluturași, site-uri Internet, panouri în supermagazine și oferte de rambursare la prezentarea unei dovezi de cumpărare. Tamara, vei fi peste tot, vom face din tine emblema liderului din domeniul brânzeturilor proaspete fără materie grasă de pe tot spațiul Schengen.

Bem Cape Cod-uri vorbind despre Aspen cu tipa de la machiaj. Ne încrucișăm cu câteva vaci slăbănoage (porecla pe care le-o dăm căcăcioaselor anorexice în căutare de hero[79], pe Washington Avenue). Ne facem că ne dăm duhul în fața casei lui Gianni Versace, iar turiștii ne fotografiază ghemuindu-ne pe jos sub ploaia de blitzuri. Ne înfășuram în draperiile de la Delano Hotel: Tamara devine seherazada, iar eu Casper, fantoma drăgălașă. În jurul nostru, oamenii sunt atât de narcisici, încât nu mai fac dragoste decât cu ei înșiși. Ce înseamnă o zi reușită la Miami? O treime role, o treime ecstasy, o treime masturbare.

Pe platoul de turnare, pajiștea este iar arsă de soare. Ca s-o înverzească, accesoriștii încep s-o stropească cu colorant alimentar. Pentru seara asta e anunțată o luptă de drag-queens[80] la Score, pe Lincoln Road: travestiții își vor smulge perucile pe un ring de catch. „Nimic nu are importanță cu adevărat", cânta Madonna, care are o casă aici. Ea rezuma bine problema. O iubesc pe Tamara și o iubesc pe Sophie; cu un salariu de director de creație, o să am din belșug cu ce să le țin pe amândouă. Dar n-o să accept totuși o ofertă ce contrazice total prima pagină a acestei cărțulii, cea în care scriam „Scriu această carte pentru ca să fiu mătrășit". Altfel, va trebui să corectez, să pun „scriu această carte pentru ca să-mi fie mărit salariul"... Tamara îmi întrerupe gândurile:

— Vrei o cafea, un ceai sau pe mine?

— Toate trei în gura mea. Spune-mi, Tamara, care e reclama ta preferată?

— „LESS FLOWER, MORE POWER"[81]. E sloganul pentru New Beetle al lui Volkswagen.

— Nu se spune „slogan", se spune „titlu". Să ții bine minte chestia asta, dacă vrei să te angajez.

Ne petrecem după-amiaza frecând menta în fața unui combo, acel monitor video Sony care retransmite fiecare secvență a filmului: Tamara pe terasă, Tamara pe scară, Tamara în grădină, Tamara în plan îndepărtat, Tamara în plan apropiat, Tamara artificială cu naturalețe, Tamara cu privirea în camera de filmat, Tamara naturală în mod artificial, Tamara în degustare produs (deschidere capac, introducere lingură, delectare bucală), Tamara și cotul ei înduioșător, Tamara și sânii ei cu desen. Dar Tamara pe care o prefer îmi este rezervată mie: Tamara goală, în șlapi, pe balconul camerei mele, cu inel în degetul mare de la piciorul stâng și cu un trandafir tatuat deasupra sânului drept. Cea căreia îndrăznesc să-i spun:

— N-am chef să fac dragoste cu tine, însă mă farmeci. Cred că te iubesc, Tamara. Ai piciorul cam mare, dar te iubesc. Arăți mai bine cu retușurile pe computer decât în realitate, dar te iubesc.

— Cunosc mulți răi care fac pe drăgălașii, dar tu ești un soi rar: un drăgălaș care face pe răul. Sărută-mă, de data asta e gratuit.

— Tu ești visul meu interzis, singurul meu chin și unica mea speranță. Pentru mine ești singura muzică ce face stelele să danseze deasupra dunelor[82].

— Iarăși cuvinte, mereu cuvinte.

Planul degustare e întotdeauna treaba cea mai grea: în bătaia soarelui, după masă, biata berbera a trebuit să simuleze de douăzeci de ori extazul, băgându-și în gura linguri pline cu MAIGRELETTE. După câteva duble, era absolut scârbita. Accesorista i-a adus, atunci, un lighean în care scuipă brânza de îndată ce Enrique zbiera „Cut”. Uite o mică destăinuire pe care v-o facem, nu cumva să umblați cu vorba: de fiecare dată când vedeți un actor delectându-se cu un produs alimentar, într-un film publicitar, să știți că

nu înghite niciodată; cum se oprește filmarea, scuipa produsul într-un recipient prevăzut în acest scop.

Charlie și cu mine stăm pe scaune de plastic, având kile întregi de junk-food[83] drept singura companie. La toate turnările de filme publicitare e același circ: copywriterii sunt „parcați” într-un colț unde li se căuta în coarne cu un dispreț total, în speranța că n-o să-și deschidă pliscul prea mult, sub pretext ca sunt autorii campaniei în curs de realizare. Noi ne simțim umiliți, inutili și îmbuibați cu zaharicale, pe scurt, și mai îngrețoșați decât de obicei. Ne prefăceam că nu observăm nimic, deoarece știam că, în calitate de viitori Directori de Creație la Rosse Franța, vom avea mii de ocazii să ne răzbunăm fără milă.

Vom fi bogați și nedrepți.

Ne vom concedia vechii prieteni.

Vom tăia și spânzura, semănând teroarea printre toți angajații.

Ne vom atribui ideile subalternilor.

Vom convoca tineri realizatori pentru a le sufla ideile proaspete, ademenindu-i cu o treabă di granda pe care, până la urmă, o vom executa noi, pe spinarea lor.

Vom refuza să le dăm concedii salariaților, înainte de a-l petrece pe al nostru în Insula Mauritius.

Vom fi grandomani și nerușinați.

Vom păstra cele mai bune bugete pentru noi și vom încredința campaniile cele mai crocante unor free-lances[84], pentru a-i descuraja mai bine pe toți CDI.

Vom stărui să ne apără portretul în paginile de culoare somon din **Figaro**, apoi vom cere destituirea jurnalistului, imediat după apariție, dacă articolul lui nu e destul de hagiografic (amenințându-i pe cei de la **Figaro** că n-o să le mai cumpărăm paginile de publicitate).

Vom personifica înnoirea din publicitatea franceză.

Vom plăti o atașată de presă pentru ca să putem spune în paginile rezervate comunicării din *Stratégies* ca: „trebuie să distingem bine conceptul de precept”.

Vom folosi, de asemenea, foarte des verbul „a preemtiona”.

Vom fi debordați și imposibil de întâlnit; pentru a obține o întrevedere cu noi, cei interesați vor trebui să aștepte minimum trei luni (pentru a fi contramandați în ultima clipă, chiar în dimineața întâlnirii, de o secretară aroganta).

Ne vom încheia cămășile până-n gât.

Vom declanșa depresii nervoase, în rafale, la cei din jur. Vom fi vorbiți de rău în domeniul nostru de activitate, însă niciodată pe față, pentru că vom fi temuți.

N-o să clintim nici un păi, dar toți cei apropiați vor înceta să ne mai vadă.

Vom fi periculoși și hiperinutili.

Vom trage sforile societății moderne.

Vom rămâne în umbra „chiar și în plină lumină”.

Vom fi mândri să avem iresponsabilități atât e mari.

— Sunteți mulțumiți de machiaj?

Delirul nostru de „vânzător ai pielii ursului din pădure” este întrerupt de față de la machiaj care vrea o părere detaliată. Când va veni momentul, o vom numi make-up artist în chief al grupului R & W, deoarece ea a știut să ne recunoască importantă chiar înaintea numirii noastre.

— Ceva foarte natural e suficient, spune Charlie cu un ton ce nu admite replică, ea trebuie să fie sănătoasă/echilibrată/dinamica/autentică.

— Yeah, o fac la buze puțin glossy, nu ating ten la ea, ești superb piele.

— Nu glossy, insista Charlie cu siguranță viitorului mare patron care e, prefer shiny.

— Of course, shiny e mai bine decât glossy, mă îndes eu să-i întăresc spusele. Altfel, frizam deriva coloristică.

Mahioza se dă înapoi cu respect în fața unor asemenea specialiști ai make-up-ului labial – care, se vede clar că-s niște profi pe care nu-o duci de nas cu una cu două. Nu ne mai rămâne decât să-l snobam pe stilistul culinar și tutto ira bene[85].

Tamara baga în draci toată echipa. Toți o adoram, schimbăm ocheade complice în fața frumuseții sale hieratice. Am fi putut fi fericiți amândoi dacă eu nu mi-aș fi petrecut timpul gândindu-mă la altcineva. De ce o trebui să doresc numai oameni care nu sunt aici? Din când în când, Tamara își punea mâinile pe obrazul meu; asta o liniștea. Aveam nevoie de o doză de lejeritate. Ia uite, asta ne-ar putea asigura un bun slogan de rezervă: „MAIGRELETTE. AI ÎNTOTDEAUNA NEVOIE DE O DOZĂ DE LEJERITATE”.

— Atunci, o să accepți tot bănetul ăsta care îți este propus?

— Banii nu aduc fericirea, Tamara, știi doar.

— Mulțumită ție, știu. Înainte nu știam. Pentru a ști că banii nu aduc fericirea, trebuie să le fi cunoscut pe ambele: banii și fericirea.

— Vrei să te măriți cu mine?

— Nu, în fine, ba da, dar cu o condiție: să avem la nunta un elicopter care să arunce o ploaie de Chamallows roz.

— Și cu Chamallows-urile albe ce facem?

— Le halim!

De ce își lăsă ochii în jos? Suntem jenați amândoi. Îi iau mâna acoperită de desene făcute cu pudră.

— Ce-i? Ce s-a întâmplat?

— Nu-i deloc frumos să te porți așa de frumos. Te preferam atunci când făceai pe nesuferitul.

— Dar...

— Stai. Știi prea bine că nu mă iubești. Aș vrea să fiu neserioasă, ca tine, numai că mi s-a făcut lehamite să mă mai joc, știi, m-am gândit și cred că o să pun punct; cu banii de pe Maigrelette aș putea să-mi cumpăr o căsuță în Măroc, am o fiică de crescut, am lăsat-o acolo, la mama, și îi duc dorul atât de mult... Ascultă-mă, Octave, trebuie să-ți regăsești logodnica și să te ocupi de copilul vostru. Ea îți face darul cel mai frumos, primește-l.

— Ei, fir-aș al dracu', da' ce-aveți toate? Cum ne e bine cu voi, cum trebuie musai să vorbiți de copii! În loc să răspundeți la întrebarea „de ce să trăiești?”, voi preferați să reproduceți problema!

— Termină cu filosofia ta de doi bani. Cu așa ceva nu e de glumit. În cazul meu, fiică-mea n-are tata.

— Ei și? Nici pe mine nu m-a crescut taică-meu și nu fac din asta o dramă.

— Ia stai puțin, te-ai uitat la tine? Îi dai papucii unei tipe însărcinate cu tine, ca să-ți petreci nopțile la curve!

— Da, bine... dar măcar sunt liber.

— Liber? Nu se poate, cred că visez! Fără chestii de-astea, Octave, nu tu! Bla-bla-bla! Ești mult prea „mileniul doi”! Uită-te în ochii mei, în ochi am zis. Copilul care o să se nască POATE avea un tătic. Pentru prima oară în viața ta poți folosi la ceva. Cât timp o să mai bați cârciumile alea împuțite, ascultând aceleași bancuri porcoase spuse de aceiași bețivani neputincioși și fără vlagă? Cât timp, fir-ar al dracu'? Asta ți-e libertatea, Prostovanschi?

Exista psihanaliști cu 150€ ședința; Tamara e o moralistă cu 460 de euro pe oră.

— Ia mai dă-mi pace cu lecțiile tale de morală! Ei, tu-i maica măsii!

— Nu mă mai agresa, că fac ruptura de anevrism. Morala poate că n-o fi mare brânza, dar tot ea rămâne cea mai bună chestie pentru a putea deosebi binele de rău.

— Ei și? Prefer să fiu scârbos și liber, mda, liber, ai auzit bine, decât etic și prizonier! „Om liber, vei îndrăgi mereu amarul!" Pricep eu foarte bine ce zici tu, dar imaginează-ți că fericirea familială poate fi și mai jalnică decât o porcărie de poveste deșucheată spusă de un tâmpit cu vinul în nas la șase dimineața, ai băgat la cap? Și, pe urmă, cum vrei tu să mă ocup de un copil, când eu mă îndrăgostesc în curva asta de viață la fiecare două minute? La dracu'! Ups! (În original: *putain* – curvă, dar are și regim de interjecție. N.red.)

Am încălcat o regulă de bază, stabilită cu Tamara: numai ea are dreptul să întrebuințeze cuvântul „curva"; dacă o face altcineva se considera insultată. O podidește plânsul. Încerc să-mi spăl păcatul.

— Nu mai plânge, iartă-mă, tu ești o sfânta, știi prea bine, ți-am spus-o și o repet. Și așa eram singurul tip care plătește fetițele ca să nu se culce cu ele, acum mai sunt și ăla care a făcut-o pe una să plângă. E o realizare, nu? Dă-mi celularul tău, trebuie să anunț imediat la **Cartea Recordurilor** alo, da? Dați-mi rubrica „cel mai neîndemânatic om din lume", mă rog.

Am marcat: ea schițează un zâmbet; machioza n-o să aibă de făcut decât un record la mascară, îi dau înainte cu auto-analiza:

— Emigrata mea iubită, explică-mi doar un lucru: pentru ce, de îndată ce iubim o femeie și totul merge de minune, ea vrea să ne transforme în crescătorie de plozi, să așeze între noi o liotă de copii, o armată de țânci care să

țipe, vârându-se în picioarele noastre și împiedicându-ne să fim singuri? Ei drăcie, e chiar așa de îngrozitor să fim doi? Eu eram mulțumit să fim un cuplu „DINK”[86], de ce să vreau să facem din noi o „FAMILIE” (Fabricarea Artificială de Mârâieli Interminabile și de Lungi Indispoziții Emoliente)? Nu crezi că e jalnic să ai copii? Toate cuplurile alea romantice, care nu mai vorbesc decât de caca? Crezi că frații Gallagher sunt sexy când își șterg broscoii la fund? Trebui' să fii scatofil! În afară de asta, în cupeul meu BMW Z3 nu mai este loc pentru un scaun de belea!

— Ba tu ești jalnic! Dacă maică-ta n-ar fi avut copii, nu ai mai fi fost azi aici, ca să însiri tâmpeniile astea.

— N-ar fi fost cine știe ce pierdere!!

— Ține-ți fleanca!!

— Ba ține-ți-o tu!!

— ȘI MAI TERMINĂ CU SEMNELE TALE DE EXCLAMAȚIE!!!!!, exclamă ea, smiorcăindu-se.

Își suflă nasul. Doamne, cât e de superbă când bâzâie. Dacă bărbații le fac atâtea necazuri femeilor, asta e, fără îndoiala, din cauză că sunt cu mult mai frumoase când plâng.

Ea înalta capul și, atunci, știe să găsească vorbele potrivite pentru ca să mă convingă.

— O să ne vedem în continuare, pe șest.

Trăiască această morală. Blaise Pascal e cel ce a zis: „Adevărata morală nu se sinchisește de morală”. Și, în timp ce-i aspiram lacrimile cu paiul meu de la Seven Up, ne gândeam amândoi exact la același lucru.

— Tu știi de ce n-o să se facă niciodată lipeala între noi?

— Da, știu, am răspuns. Pentru că eu nu sunt liber, iar tu ești din cale afară.

▫ 5 ▫

Și iată că turnarea s-a terminat: tocmai am cheltuit trei milioane de franci (500 k-euro) în trei zile. Înainte de a strânge camerele de filmat, i-am cerut lui Enrique să turneze o versiune „trash”[87] a reclamei. Bun, noi eram ciupiți, Tamara de asemenea, iar Charlie a strigat:

— Ascultați. ASCULTAȚI-MĂ TOȚI! Listen to me, please. Ultima oară când l-am văzut pe Marc Marronnier în viață, l-a luat la rost pe Octave prezent de față, spunându-i că scriptul pe care tocmai l-am turnat e de rahat și că trebuie să scrie altul.

— E adevărat, am adăugat. Chiar mi-a și zis această frază care îmi va rămâne întipărită pentru totdeauna în minte: „Nu ești niciodată scutit de a găsi ceva mai bun”.

— Doamnelor și domnilor, ladies and gentleman, o să trecem peste ultima dorință a unui mort?

Tehnicienii nu erau foarte foarte încântați. După câteva parlamentari cu producătoarea TV și cu Enrique, s-a luat totuși decizia să tragem repede o versiune „agenție”, în plan-secvență, cu camera pe umăr, în stil „Dogma” (era iarnă în care tot ceea ce era filmat la „Videogag” purta acest label intelectual danez).

Iată cum a ieșit versiunea „Maigrelette Dogma”: Tamara se preumbla în decorul de tec, pe verandă, își scoate cu grație tee-shirt-ul, apoi se uita în obiectiv cu bustul gol și își întinde niște iaurt pe obraji și pe sâni. Se învârtește în jurul propriei axe, sare prin grădină desculță, și începe să zbiere la iaurtul degresat: „Maigrelette! I'm gonna eat you!”, apoi se tăvălește prin iarbă proaspăt revopsita, sânii îi sunt plini de vopsea verde și de Maigrelette, iar ea își linge iaurtul de pe buza superioară, gemând (zoom pe fața

ei, peste care se prelinge produsul: „mmmm... Maigrelette. It's so good when it comes in your mouth”[88].

Ce talent. Ne hotărâm să trimitem această versiune la Festivalul Mondial al Publicității de la Cannes, fără s-o prezentăm la Madone. Dacă ne învârtim de un Leu, Duler va fi obligat să aplaude.

Marronnier ar fi apreciat un asemenea devotament. Ne putem întoarce la Paris cu conștiința împăcată, pentru a ne instala în fotoliul lui cald încă. Dar asta nu-i este deajuns lui Charlie, care e – hotărât lucru –, un meterez mai inexpugnabil ca niciodată. Chiar în aceeași seară, după petrecerea de sfârșit de turnare, de la Liquid, avea să ne târască într-o regretabilă tărășenie pe care, din păcate, sunt constrâns să v-o relatez aici.

▫ 6 ▫

Stroboscoapele împărțeau spațiul în pătrate. O sado-maso hârsita, într-un corset care îi făcea o talie de zece centimetri, traversa pista de dans. Parcă era o clepsidră de piele neagră.

— Știi ce-mi trece prin minte când o văd pe babușca asta? Că, în Europa, întreprinderile dau afară mii de angajați ca să le aducă mai mulți parai pensionarilor din Miami, nu-i așa?

— Aaa... în mare, da. Toți bătrânii din Florida sunt acționari la fondurile de pensii care dețin firme internaționale, deci, schematic vorbind, da.

— Ei bine, de vreme ce suntem la fața locului, de ce nu l-am vizita pe unul dintre acești bătrâni proprietari ai planetei? Ar fi totuși o tâmpenie să ne aflăm la ei acasă, și să nu avem o explicație cu unul, poate că l-am convinge să nu mai flituiască pe nimeni data viitoare, ce zici de chestia asta?

— Zic că ești beat muci, dar OK, mergem.

Și uite că am pornit: Tamara, Charlie și mandea pe străzile din Miami Vice, în căutarea unui reprezentant al acționariatului mondializat.

— Ding! Dong! Din! Dong-ding-dong-ding-dong-ding!

La Miami, până și soneriile încearcă să fie remarcate: asta cânta Eine Kleine Nachtmusik[89], în loc să facă „târ", ca toată lumea. A trecut o oră de când umblam creanga prin cartierul rezidențial Coral Gables, în căutarea fond-de-pensionarului pe care să-l luăm la rost. Până la urmă, Charlie suna la poarta unei splendide vile marocane.

— Yes?

— Good evening, madame, do you speak French?

— Oui, oui, sigur, în fine, puțin, dar de ce sunați așa de târziu?

— Păi e Tamara, aici de față (Tamara zâmbește în obiectivul camerei de supraveghere), care zice că e nepoata dumneavoastră, Mrs. Ward.

Bâzzz.

Poarta este deschisă de o mumie. Mă rog, o chestie care trebuie să fi fost femeie cu foarte foarte multă vreme în urmă, într-o galaxie foarte foarte îndepărtată. Nasul, gura, ochii, fruntea, pomeții – toate îi sunt umplute în întregime cu colagen. Restul corpului seamănă cu un cartof încrețit – analogie datorată, fără îndoiala, halatului din jurul ei.

— Doar pielea-i naturală, declara Charlie cu oarecare greutate.

— Ce ziceți? Ce nepoata? Eu...

Prea târziu. Baba n-a mai avut timp să protesteze, ca Tamara a și lungit-o pe jos (are centură maro la judo). Intrăm într-o casă de aur masiv. Tot ce nu e aurit e de marmură albă. Să crapi, nu alta. Tamara și Charlie o cără pe

madam Ward pe o canapea cu motive psihedelice, care trebuie să fi fost la modă când era și proprietara ei. Fără îndoiala, pe undeva, prin secolul XX.

— Păi, de bine ce înțelegeți franceza, madam Wardnustiucum, o să ne ascultați frumușel. Stați singură aici?

— Oui, I mean[90], NO, deloc, Poliția vor veni foarte repede AJUTOR HEEEELP!

— Să-i punem căluș. Tamara, eșarfa ta!

— Na.

Își îndeasă bandana până-n beregata babei, iar Charlie se așază peste ea și vă garantez că e la fel de greoi ca și bancurile lui. Pensionara o să asculte, în sfârșit, fără gălăgie, ce avem de spus.

— Vedeți, doamnă, a căzut măgăreața pe dumneavoastră, dar ar fi putut cădea pe orice alt responsabil pentru nenorocirea contemporană. Trebuie să știți că, de azi, acest gen de vizite vă deveni moneda curentă. E timpul că acționarii fondurilor de pensii americane să afle că ei nu pot distruge nepedepsiți viața a milioane de nevinovați, fără să dea socoteală, întruna din zile, e clar?

Charlie și-a dat drumul. Așa e întotdeauna cu taciturnii: când se pune pe trăncănit, nu-i mai poți opri.

— Ați auzit de *Călătorie la capătul nopții* de Louis-Ferdinand Céline?

— Mpffghpffhmmghphh.

— Nu, Céline nu e o marcă de pantofi. E un scriitor francez. Eroul celui mai celebru dintre romanele sale se numește Bardamu și face turul planetei în căutarea unui vinovat. Trece prin război, mizerie, boala, merge în Africa, America și nu-l găsește niciodată pe cel răspunzător pentru

nenorocirea noastră. Cartea a apărut în 1932 și, după cinci ani, Céline găsea un țap ispășitor: pe evrei.

Tamara vizitează coșmelia, deschide frigiderul, se servește cu o bere și ne aduce și nouă câte una. Eu urmăresc discursul ui Charlie, care continua să peroreze călărind mumia, pe sofaua ei hidoasă.

— Știm cu toții ca Céline a luat-o razna când a devenit un mârșav antisemit – scuzați-mi pleonasmul. Cu toate astea, și noi căutăm asemenea lui Bardamu, un responsabil. Tânără de fată se numește Tamara și se întreabă de ce este silită să-și vândă curul, pentru ca să-i trimită bani fie-și. Cretinul de lângă mine se numește Octave și își pune întrebări necontenit și el, după cum puteți vedea pe fața lui de drac ofticos. Cine bulește lumea? Care sunt raii? Sârbii? Mafia rusească? Integriștii islamici? Cartelurile columbiene? Ăștia-s caii de bătaie! Ca și „complotul iudeo-masonic" din anii 30! Vă prindeți unde vreau să ajung, Lady MacCurcantrosi? Toporul nostru de oase sunteți dumneavoastră. E de mare importanță pentru fiecare dintre noi, ăștia de pe fața pământului, să ne cunoaștem consecințele faptelor. De exemplu, dacă îmi cumpăr produse Monsanto, susțin organismele modificate genetic și privatizarea semințelor din agricultură. Dumneavoastră v-ați încredințat economiile unui grup financiar care va da o dobânda suficientă pentru ca să vă plătiți oroarea asta de vilă din cartierele frumoase ale orașului Miami. Probabil că nu v-ați gândit îndeajuns de bine la consecințele acestei decizii neînsemnate pentru dumneavoastră, însă determinanta pentru noi, înțelegeți? Căci această hotărâre face din dumneavoastră STĂPÂNA LUMII.

Charlie o bate pe obraz că s-o facă să-și deschidă ochii înlăcrimați. Băbuța scoate țipete mici și jalnice, înăbușite de eșarfa.

— Știți, continuă el, când eram mic, mă dădeam în vânt după filmele cu James Bond și, acolo era întotdeauna unu' rău, care voia să devină Stăpânul Lumii și, atunci, își experimenta arma secretă, ascunsă într-o fortăreață subterană, și amenința întotdeauna că o să arunce planeta în aer, cu niște rachete nucleare furate din Uzbekistan. Vă amintiți de filmele alea, madam Gâlman? Ei bine, am descoperit recent ca James Bond, ca și Louis-Ferdinand Céline, și-a vârât destu-n ochi. Stăpânul Lumii nu-i deloc așa; nostim, nu? Stăpânul Lumii are un capot naspa, o casă de rahat, o perucă bleu, o bandana îndesata în glota și, pe deasupra, nici măcar nu știe că e Stăpânul Lumii! Dumneavoastră sunteți madam Wardulica! Și știți dumneavoastră cine suntem noi? 007! Ta ta tan ta tatata tan tan tan!

Charlie fredonează melodia lui John Barry. Cânta corect, dar asta n-o împiedica pe Stăpâna Lumii să bâzâie plină de jale, cu capul înfundat în pernă cu culori țipătoare, stil Versace (care n-a murit, de vreme ce opera să dăinuie).

— Nu încercați să mă înduioșați, madam Wardcecurumeu. Dumneavoastră v-ați înduioșat când regiuni întregi au fost nimicite de delapidări masive, de restructurări intensive, de planuri sociale abuzive, hotărâte numai pentru ochii dumneavoastră frumoși? Așa că, fără fițe, vă rog. Puțină demnitate și totul se termină cu bine. My name îs Bond, James Bond. Noi am venit aici pentru a vă cere să-i spuneți fondului dumneavoastră de pensii Templeton, care administrează 200 de miliarde de euro, că, de-acum încolo, nu o să mai poată pretinde aceleași randamente de la întreprinderile sale, altfel vor veni în vizită la alde dumneavoastră din ce în ce mai mulți de-alde noi, de acord?

Atunci, a intervenit Tamara.

— Stai, Charlie, cred că încearcă să-ți arate ceva.

Într-adevăr, babușca arata, cu degetul ei ca niște cârnați, o poză înrămată, de pe măsuța joasă. Aceasta înfățișa un frumos soldat din U. S. Army, zâmbitor, în alb și negru, cu cascheta pe cap.

— Mmfhghmfphhgg!!! Orăcăia, arătând portretul.

I-am scos bandana din gură, pentru ca să se poată înțelege puțin mai bine ce voia să spună cu Mmfhghmfphhgg. A început să zbiere ca din gură de șarpe.

— WE SAVED YOUR ASS ÎN '44! MY HUSBAND DIED ÎN NORFUCKINGMANDY!! Uită-te, BOULE, la poza lui BĂRBATU-MEU, moartă LA VOI, în D DAY!![91]

Personal, am considerat că marcase un punct. Dar, la chestia asta, a dat benga în Charlie. Eu nu eram la curent cu antecedentele lui familiale. Noutate de prima mâna, vă asigur.

— Ia ascultă, Miss. Acum n-o să stăm toată seara să ne dăm cu morții noștri peste bot. Războiul ăsta l-ați făcut voi, doar ca să vă exportați Coca-Cola. IT'S COCA-COLA WHO KILLED YOUR HUSBAND![92] La mine, taică-meu s-a sinucis fiindcă îl mătrășiseră de la coșmelia în care lucra, pentru ca să crească beneficiile. L-am găsit spânzurat, înțelegi asta, putoare? YOU KILLED MY FATHER![93]

O pocnea cam tare. Bătrânei îi dăduse sângele pe nas. Vă jur că am încercat să-l opresc, însă alcoolul îi înzecea puterile.

— TU L-AI CURĂȚAT PE TAICĂ-MEU, SCROAFĂ BĂTRÂNĂ, ACUM AI SĂ PLĂTEȘTI!

A snopit-o în bătaie, i-a tras pumni în ochi, și-a spart sticla de bere de nasul ei, i-a scos placa din gură și i-a băgat-o în *forfeaza* (pizda), în fine, ce mai, am putea considera că hotărâse să scurteze o existență plină de

suferințe și ajunsă, în orice caz, la termen, dar mi se pare că asta s-ar putea numi la fel de bine ca o luase razna. Pe scurt, după cinci minute (ceea ce înseamnă foarte mult – de exemplu, o repriză de box durează mai puțin), Mrs. Ward nu mai respira, iar camera se umpluse de un miros de rahat. Perna Versace părea bună de dus la curățat.

Obișnuită, se pare, cu tipi care o iau razna, Tamara nu s-a clintit. După ce a luat pulsul bătrânei, adică după ce i-a constatat decesul, a început să pună în ordine, metodic și cu cea mai mare viteză posibilă, lucrurile deranjate. Ne-a ordonat să așezăm cadavrul pensionarei la picioarele scării ei greco-romane. Apoi, am ieșit în vârful picioarelor din această vilă sordidă, nu fără să distrugem camera de supraveghere cu pietre din grădină.

— Crezi că s-o fi înregistrat pe video?

— Nu, e doar un interfon.

— Oricum, chiar dacă ar fi rămas vreo urmă, aici nu ne cunoaște nimeni.

Aceasta din urmă fraza i-a făcut să râdă mult pe gardienii care treceau în revista diferitele monitoare de securitate (unul dintre ei, haitian, vorbea curent franțuzește); s-au distrat mai puțin când au băgat de seamă că doamna Ward sucombase în urma agresiunii și că trebuiau să facă un raport la Miami Police Department.

Începând din acest moment, am încetat să mai judec. Cartierul era pustiu. Charlie își venise în fire. A căzut de acord cu Tamara:

— Canapeaua aia era de-a dreptul bulita.

Ne-am terminat seara la Club Madonna, o bombă cu strip-tease, unde niște dansatoare în strâng, refăcute la perfecție (am putea crea un cuvânt-valiza pentru aceste ciberfemei: „perfacute”), vin să ia cu gura bancnotele de

zece dolari pe care ți le ții la prohab. Am aclamat niște sâni incredibili dar neadevărați.

— Cu femeile este mereu aceeași poveste, a spus Charlie, ori ne frustrează, ori ne dezgustă.

Ranița în orgoliul sau profesional, Tamara ne-a oferit după aia un show magnific, sus pe bar, sugându-și sticla de Corona, întărindu-și sfârcurile cu cuburile de gheață din votca mea, până când am fost dați pe ușă afară pentru concurență neloială. Apoi, am adormit tustrei în fata canalului TV „pay per view”[94] din hotel, care difuza un porno excelent, ceva special cu o dublă înșurubare anală, lucru pe care nu mi-l imaginam posibil din punct de vedere tehnic, și trebuie să vă mărturisesc că țipetele actriței m-au făcut să mă ud în pantaloni.

A doua zi, pe când luăm iar avionul ca să ne întoarcem la Paris (tot la Business, cu o juma' de eurocaramida locul, și având în meniu „cuib de paște de grâu dur, garnisit cu caviar oscietru și cu un firișor de suc de tomate crude), Charlie mi-a spus că accepta numirea pe post de D. C. M-am rugat să se prăbușească avionul, dar – ca de obicei – nu s-a întâmplat nimic. Așa se face că m-am pomenit, într-o singură zi, și patron de agenție, și complice la crimă.

Întorși la Paris, am găsit pe computere aceasta circulară e-mail-ata, către toți angajații de la Rosserys & Withcraft Monde (redactata, probabil, de un program de traducere automată):

Dragi prieteni de la Rosserys & Withcraft, Una dintre principalele mele obligații față de clienții și acționarii noștri, ca și față de fiecare dintre dumneavoastră, este să stabilesc viitorul lui Rosserys & Withcraft. În ultimii ani, am avut cu toții norocul să beneficiem de niște manageri de calitate excepțională. Un grup de indivizi talentați ne-a permis să ne atingem obiectivele ca specialiști ai

marketingului global și integrat, transformând grupul nostru într-un lider comunicațional de prim rang. Astăzi le recunosc importanța în succesul nostru și pregătesc terenul pentru viabilitatea lui Rosserys & Withcraft în mileniul viitor.

Cu mare satisfacție și mândrie vă anunț numirea lui Jean-François Parcot în postul de Manager General al lui Rosserys-Paris. Philippe Enjevin este promovat în postul de Presedinte-Europa cu titlul de Chairman Emeritus. Aceste numiri sunt efective din această clipă. Ca Chairman Emritus, Philippe va putea petrece mai mult timp pentru a realiza ceea ce-i place: muncă activă, destinată să aducă pe piața o calitate superioară a comunicării integrate rezultatelor globale.

Lui Jean-François, noul post îi va permite să se concentreze asupra lucrului pe care îl face cel mai bine – munca alături de noi pentru a ridica nivelul calității și al noutății strategice, pe care le aducem în sprijinul preocupării noastre de a contribui la creșterea economică internațională. Jean-François a știut să revitalizeze bugetul Madone încă din 1992, cu simțul său pentru dinamism și cu puterea sa de muncă.

Țin să-i mulțumesc personal, aici, lui Philippe pentru imensa lui reușită la conducerea filialei noastre franceze. N-am nici o îndoiala că rețeaua noastră europeană va putea profita de cunoștințele sale în privința terenului și a clientelei.

Jean-François a ținut să înnoiască direcția de creație franceză, numindu-i pe Octave Parângo și pe Charlie Nagond în locul lui Marc Marronnier, a cărui tragica dispariție i-a șocat pe toți prietenii și colegii săi. El vă va informa și în privința altor schimbări din organigramă. Țin să-i spun, aici, familiei lui Marc, cât de mult a contribuit

excepționalul său simț al intuiției conceptuale și al oportunităților creative la istoria agenției ca și la evoluția comunicării la nivel global.

Bineînțeles că îi voi ajuta pe Jean-François, pe Octave și pe Charlie cât mai mult cu putință și știu că și voi veți face la fel.

Când privesc viitorul lui Rosserys & Withcraft, o fac cu mândrie și extrema încredere. În secolul XXI, R & W se va menține pur și simplu în topul afacerilor.

Cu sentimente entuziaste, Edward S. Farringer Jr.

Bulangiul ăsta de Charlie spusese da în numele amândurora cu o săptămână mai înainte de turnare. Nu mai aveam decât să semnez câteva hârtii. Mi-am zis că, dacă accept, poate voi avea puterea să schimb ceva. Era fals: nu li se dă niciodată puterea celor ce s-ar putea folosi de ea. De altfel, care putere? Puterea e o invenție a trecutului. Puterile din ziua de azi sunt atât de multiple și de diluate, încât, din pricina asta, sistemul a devenit neputincios. Și noi, care-i tot dam zor cu credo-ul nostru gramscist: „Pentru a deturna un avion, trebuie mai întâi să te urci în el”. Ce ironie a soartei! Acum, când intrăm în cockpit cu grenadele în mâna și ne pregătim să-i dăm ordine pilotului, amenințându-l cu arma automată, descoperim că nu era nici un pilot. Voiam să deturnăm un avion pe care nu știe nimeni să-l conducă.

CINEVA TREBUIE SĂ PLĂTEASCĂ: NE REVEDEM DUPĂ ACEST MESAJ.

SCENA ARE LOC LA CARROUSSEL, LA LUVRU. SE PREGĂTEȘTE O MARE PARADĂ A MODEI. MULȚIMEA SE ÎNGHESUIE ÎN FAȚA INTRĂRII PĂZITE DE NIȘTE BĂIEȚI FRUMOȘI, CU CRAVATĂ ROȘIE DE LA LICEUL JANSON DE SAILÉY. INTRĂM ÎN SALA PLINĂ OCHI CU TOATE VIP-URILE DE PE FAȚA PĂMÂNTULUI.

SE STINGE LUMINA. GLOATA DE INVITAȚI MURMURĂ UN „AAAAH” DE MULȚUMIRE. PE PODIUM DEFILEAZĂ FETE GOALE PUȘCĂ ÎN SUNETELE UNEI MUZICI TEHNO-DIRTY-METAL-HARD-ACID-HOUSE.

INVITAȚII SE EXTAZIAZĂ ÎN FAȚA SUBLIMELOR MANECHINE LIPSITE DE HAINE. SÂNI MAJESTUOȘI FESE ROTUNDE, PICIOARE INTERMINABILE, PUBISURI FERCHEZUITE ÎN FORMĂ DE DREPTUNGHI. DEODATĂ, ELE SE OPRESC ÎN MIJLOCUL CATWALK[95]-ULUI, ÎȘI STREACOARĂ MÂINILE MANICHIURATE LA SUBSUOARĂ ȘI DAU DE UN FERMOAR! ATUNCI, ÎȘI DESFAC PIELEA SATINATĂ, SE DESCOTOROSESC DE EPIDERMĂ, AȘA CUM ÎȚI SCOȚI COMBINEZONUL PENTRU SCUFUNDĂRI. ÎN PUBLIC, O BĂTRÂNĂ DUCESĂ LEȘINĂ. UN BĂRBOS CU OCHELARI DE SOARE EJACULEAZĂ PE VESTONUL VECINULUI DIN FAȚĂ. O FĂTUȚĂ DE DOISPREZECE ANI SUGE O ÎNGHEȚATĂ ÎN FORMĂ DE FALUS, ÎN TIMP CE SE MÂNGÂIE ÎNTRE PICIOARE.

SUB PIEILE ARTIFICIALE, TOP-MODELELE SUNT DE METAL. CYBORGURI DE OȚEL CĂLIT, ANDROIZI SCLIPITORI. UNA DINTRE FETE ESTE ACOPERITĂ CU BANCNOTE DE O SUTĂ DE EURO. ALTA ÎNCEPE SĂ SCUIPE MONEDE. A TREIA ÎMPRĂȘTIE O PLOAIE DE CĂRȚI DE CREDIT, CA ȘI CUM AR FI CONFETTI. SUNT NIȘTE ADEVĂRATE PUȘCULIȚE ROBOTICE (DE ALTFEL, UNUL DINTRE MODELE SCOATE BANCNOTE DIN SEXUL SĂU METALIC, CA DINTR-UN DISTRIBUITOR AUTOMAT).

STANDING OVATION[96] DIN PARTEA MULȚIMII. OAMENII MÂRÂIE DE PLĂCERE. ATMOSFERA ESTE ELECTRIZANTĂ. MUZICA ACCELEREAZĂ, PÂNĂ CÂND DEVINE INSUPORTABILĂ. ÎN STALURI, EXPLODEAZĂ CAPETE. VREO DUZINĂ DE STOPURI CARDIACE ȘI MAI

MULTE VIOLURI COLECTIVE AU LOC, DIN PĂCATE, ÎN LOCURILE DE RANGUL DOI.

PACKSHOT CU O PLOAIE DE MONEDE PESTE TRUPUL GOL AL UNEI ADOLESCENTE TAILANDEZE.

SLOGAN ÎN SUPERIMPRESIUNE, PE ECRAN:

„MERGEȚI DREPT LA ȚINTĂ: JUISAȚI ÎNTR-O CURVĂ”.

URMAT DE MENȚIUNEA LEGALĂ:

„ACESTA A FOST UN MESAJ AL FFRCT (FEDERAȚIA FRANCEZĂ PENTRU REDESCHIDEREA CASELOR DE TOLERANȚĂ)”.

• V •
Voi •

„Într-o societate blocată, unde toată lumea este vinovată, singura crimă este să te lași prins. Într-un univers al hoților, singurul păcat definitiv este prostia”.

HUNTER S. THOMPSON, Las Vegas Parano, 1971

▫ 1 ▫

Vi s-a părut din cale afară de haios să vă întoarceți la Rosse ca învingători. Mai întâi, agenția s-a mutat: de vreme ce pachebotul se ducea la naiba, l-ați lăsat să se scufunde, iar piața Marcel Sembat din Boulogne-Billancourt seamănă de-acum a șantier naval dezafectat, cu docheri depresivi, în ținuta rap, prinzând rădăcini în fața la McDo. Pentru ca să vă construiți noul local, cu trei sute de metri mai încolo, ați distrus o veche uzină, după care ați reconstruit-o identic, nici voi nu știți de ce (netezirea azbestului? Incompetența arhitectului? Câte puțin din amândouă?). Un coș înalt de douăzeci de metri încununează imobilul, asemenea unui falus de cărămidă roșie. Acesta nu arde niciodată nimic – sau nu încă.

Vă delectați destul de mult cu promovarea voastră profesională. Cu privirile terorizate a 300 de neo-angajați. Cu buzele nimfomane ale ex-indiferentelor. Cu schimbarea de ton a superiorilor, de-acum inferiori. Cu camaraderia pe cât de sinceră, pe atât de bruscă a celor care descoperă deodată că vă sunt colegi de demult și prieteni dintotdeauna. Diferența este o decădere. Însa Charlie și cu tine vă bucurați cu modestie. Adunați toată agenția și îi țineți acest discurs.

«Dragi prieteni, ideea de a fi numiți Directori de Creație este atât de anapoda, încât nu puteam decât să acceptăm propunerea lui Jean-François. Era mai curajos din partea noastră să-i răspundem da în loc de nu. Suntem gata să înfruntam o perioadă grea: mai întâi pentru că nu este simplu să vii după un geniu autentic ca Marc (aici lăsați să se aștearnă câteva secunde și zece centimetri de tăcere emoționată), apoi, pentru că noi suntem niște publicitari publifobi, dar vom depăși acest paradox cu ajutorul vostru. Publicitatea poluează și este de datoria noastră să inventăm o ecologie a comunicării. Vom fi – și, în consecință, veți fi – obligați să dăm dovadă de inteligentă, din respect pentru consumator. S-a zis cu imaginile inutile, pe o peliculă irosită! Am hotărât să le deschidem agenția noilor copywriteri: scriitori necunoscuți, poeți blestemați, autori de sitcom-uri refuzate, graficieni underground, realizatori de filme pronografice. A sosit vremea să reconectăm publicitatea la avangarda artistică a epocii sale. Rosse trebuie să devină iar laboratorul experimental care a fost la începuturile sale; vom încerca să fim la înălțimea ambiției creatoare pe care a avut-o întotdeauna această firmă.

Prin urmare, vom începe cu adoptarea câtorva măsuri simbolice (chiar din acest moment): mai întâi, se va difuza la megafon, în permanență, cântecul *„T'es OK, T'es bath, T'es in”*[97] al grupului Ottawan, care va fi folosit și ca melodie de așteptare telefonică. Telefonistele și recepționerele vor sta în holul întreprinderii, cu bustul gol. Toate prezentările de campanii se vor face exclusiv la client, cu concursul unor actori comici recrutați din cafenele-teatre, acompaniați – pentru a crea ambianta – de o orchestră rusească. Toți angajații de la Rosse se vor saluta sărutându-se obligatoriu pe gură. Toți copywriterii vor primi o cameră Sony PC1 pentru a realiza toate imaginile care le vor trece prin cap.

Trebuie să regăsim inocenta originară, copilăria artei. Să fim ÎNCÂNTAȚI fără încetare. Trebuie să distrugem acest sistem autosuficient, să uimim prin schimbarea regulilor de joc, pentru că, altfel, nu vom mai ajunge la oameni: aruncăm pe geam banii clienților. Să nu uitați niciodată, și aceasta ne va fi încheierea, că sunteți aici ca să VĂ amuzați și că, dacă vă amuzați VOI, îi veți amuza și pe cumpărători. Noua deviză a lui Rosse France este cea a lui Sir Terence Conran: „Oamenii nu știu ce vor până nu li se propune acel lucru". O vom grava deasupra ușii de la intrare, chiar de mâine dimineață. Mulțumim pentru atenție și să continue petrecerea!»

Aplauzele au fost vii, cu toate că nițel cam lipsite de spontaneitate. I-ați invitat pe cei 300 de noi angajați la un pahar, în spațiul de reuniuni din patio· Salariații erau aproape convinși – în timp ce le tataia fundul în fața voastră – că spuneți adevărul și ca lucrurile aveau să se schimbe. Nu va mai rămânea decât să-i dezamăgiți cu încetul, înainte de a dispărea ca și predecesorul vostru (care a lăsat o gaură de 20 de milioane de euro în casa de bani).

Pe agendele noastre de importanți patroni noi și moderni, notați ce chestii aveți de făcut pentru a fi populari:

„11h 00: să fim politicoși cu cineva inutil.

13h 30: să-mi aduc aminte să gândesc.

15h 15: să-i spun unuia cu salariul mic pe numele de botez (de cerut informații la DRU)

17h 10: să cer noutăți de la fața unui subaltern bolnav (în fata martorilor)

19h 00: să zâmbesc la plecare".

La sfârșitul cocktailului vostru de întronare, Charlie a organizat o surpriză pentru toți copywriterii seniori: un

dineu Chewbacca. Prin urmare, v-ați îmbrăcat cu toții în costume de urangutani uriași, după care ați luat supeul într-un salon privat de la Lapérouse unde douăsprezece fețe închiriate, goale, stăteau în mâini, cu picioarele depărtate, pentru ca să degustați de pe sexul lor stridii proaspete. Charlie asta are un simț al motivației interne de netăgăduit.

▫ 2 ▫

Prima voastră prezentare-client a fost totuși dezastruoasă. La Madone, Alfred Duler și zbirii lui proiectaseră filmul Maigrelette (versiunea aseptizată) unui eșantion de consumatoare ale produsului, iar rezultatul testului nu era grozav: într-o „conference-call" furtunoasă ați avut de luptat împotriva verdictului dat de gospodinele sub cincizeci de ani. „Prea subtil", „overpromising", „anxiogen", „GRP slab", „nu destul de impactant", „prea multă magrebitate", „prea puțin calitativ la nivelul tone and manner", „packshot insuficient de atribuibil"... Berezina. Ați luptat cu dârzenie toată videoconferința, insistând asupra „modificărilor posibile pe plan sonor", „măririlor de pack efectuabile la post-prod", „reetalonarii de făcut ASAP („As Soon As Possible")[)], „importanței inovației formale din această nișă", „apetenței, la nivelul resimțit de consumator și al prezenței în memorie", iar când ați închis, clientul își dădea „OK-ul, sub rezerva observațiilor de recadrare fixate în Brand Review de faxat ASAP".

Descoperiți că a fi șef nu-ți scutește spinarea de făcut plecăciuni. Directorul de creație este ca un ebenist căruia clientul i-ar comanda să facă o masă cu un picior mai scurt pe motiv ca el plătește. Clienții nici măcar nu-și dau seama de chestia asta, însa, din pricina prudenței, își cheltuiesc cea mai mare parte din bani silindu-vă să le faceți reclama invizibilă. Se tem atât de rău să nu displacă clientelei (e

ceea ce ei numesc „alterarea capitalului-imagine”), încât devin absolut transparenți. Fac act de prezența pe ecranele voastre, dar se tem să fie remarcați. Ca Directori de Creație, nu sunteți acolo decât pentru a le ratifica schizofrenia.

Marele lanț al disprețului publicitar se desfășoară astfel: realizatorul disprețuiește agenția, agenția își disprețuiește clientul, clientul își disprețuiește publicul, publicul își disprețuiește vecinul.

Iată ce rămâne din cele 30 de secunde de MAIGRELETTE, turnate la Miami: nu o recadrare, ci amputarea unei amputări (frecție la un picior de lemn inexistent?)

„Tamara prin plan se așază pe terasa unei case frumoase, de țară *(nu se vor înmulți clișeele de introducere, înainte de apariția produsului; se vor anamorfoza picioarele actriței, pentru a se accentua insight-ul consumatorului; se va reetalona chipul pentru a-i deschide culoarea)*. Ea se uita în obiectiv și exclamă: „Sunt frumoasă? Așa se spune. Dar eu nu-mi pun această întrebare. Sunt eu, pur și simplu”. *(se va suprima „Așa se spune”, care induce îndoiala, ca și „Dar eu nu-mi pun această întrebare”, care este de prisos: dacă nu-și „pune întrebarea”, de ce să mai vorbească de ea? Ceea ce dă, în final: „Sunt frumoasă? Sunt eu, pur și simplu”*). Ea apuca o cutie de MAIGRELETTE, pe care o întredeschide cu delicatețe înainte de a lua o lingură. *(se vor mări toate planurile produs)*. Ea închide ochii de plăcere, gustând produsul. *(Este posibil să facem ca acest plan să dureze mai mult? De reamintit că e vorba de „key visual” apărut în post-test. Este vital să dramatizăm dezirabilitatea produsului pentru a sublinia percepția unui beneficiu de plăcere gustativă deculpabilizata)*. Apoi, ea își continua textul privindu-i pe telespectatori drept în ochi: „Secretul meu e... Maigrelette. O delicioasă brânza albă, cu grăsime 0%. Cu

calciu, vitamine, proteine. Nu-i nimic mai bun pentru ca să te simți bine în mintea și în pielea ta. *(Să ne gândim la adăugarea unui demo produs în 3D, cu iaurtul care se varsa într-o strachină cu lapte onctuos și cuvintele* **„calciu”, „vitamine”, „proteine”, „0% grăsime”,** *în supraimpresiune cu caractere bold mai implicante/interpelante pentru consumatoarele noastre)*. Tamara se ridică în încheiere, cu un zâmbet complice: „Iată secretul meu. Dar care nu mai e, acum, când v-am spus totul hi hi”. *(De suprimat gluma inutilă, care mănâncă trei secunde, în detrimentul pack-ului. Putem încheia foarte bine pe „Iată secretul meu”, care dă mai lider și mai specific în contextul concurențial). Packshot și slogan*: „MAIGRELETTE. DOAR LA MINTE NU EȘTI MICĂ”. *(Este posibil să investigăm alte baseline-uri? Trebuie mizat pe diferitele ținte avute în vedere: copii, vârstnici, adulți, tineri, bărbați, femei. „și asta, în cadrul unei mai mari modernități)*. Urmat de jingle-ul de atribuire marca: „mm Madone”.

În privința baseline-ului, vi se fâlfâie, pentru că aveți unul de schimb „MAIGRELETTE. AVEM CU TOȚII NEVOIE DE O DOZĂ DE LEJERITATE”. (Vezi actul IV, scena 4).

▫ 3 ▫

Urmează Cannes, Festivalul, oh, nu cel de cinematografie, nu, celălalt, cel adevărat, cel care are loc pe șest ca reuniunile OMC sau ca simpozioanele de la Davos – în fiecare an, la mijlocul lui iunie, după o lună de la mascarada sponsorizată: Săptămâna Mondială a Publicității, în englezește „48th Internațional Advertising Festival” sau „Cannes Lions 2001”. Acolo se duc atotputernicii discreți, cei ce finanțează lung-metrajele cu „plasamentul produs” (ca BMV, cu James Bond, sau Peugeot, cu Taxi 1 și 2), cei ce își cumpără studiouri de cinema cu

banii de buzunar (ca Seagram, cu Universal, Sony, cu Columbia-triStar, AOL, cu Warner Bros), cei ce fac filme doar ca „suport de colecție, pentru a-și vinde merchandising-ul (ca Disney sau Lucas-film), cei ce posedă planeta (în toate sensurile verbului „a poseda”). Un film publicitar de 30 de secunde atinge mai multă lume decât un film de cinema de o oră și jumătate (de exemplu, planul-media al spotului Maigrelette a fost conceput pentru a atinge 75% din populația țărilor expuse).

Cheltuielile de publicitate ale principalelor firme franceze:

Vivendi... 2 miliarde de franci.

L'Oréal... 1,8 miliarde de franci.

Peugeot-Citroën... 1,8 miliarde de franci.

France Télécom... 1,5 miliarde de franci.

Nestlé... 1,5 miliarde de franci.

Madone... 1,3 miliarde de franci.

Toate aceste mărci sunt absolut inatacabile. Ele au dreptul să vă vorbească, dar voi n-aveți dreptul să le răspundeți. În presă, puteți spune grozăvii despre persoane umane, dar 'ia îndrăzniți puțin să vă atingeți de o marcă, că riscați să vă sărăciți ziarul cu venituri de milioane de euro din anunțuri publicitare. La televiziune, e și mai îmbârligata: exista o lege care îți interzice să citezi o marcă în timpul de antenă, pentru ca să se evite publicitatea clandestină; în realitate, asta te împiedica să le critici. Mărcile au dreptul de a se exprima atât cât poftesc (și plătesc foarte scump acest drept), dar *nu poți să le răspunzi niciodată*. Cât despre carte... E foarte probabil că acest roman să facă obiectul unei cenzurări, pentru: „denigrare de marca înregistrata”, „contrafacere”, „parazitism”, „defăimare”, „deturnare” sau „concurență neloială”.

În engleză, „publicitate” se spune „advertising” – inventatorii acestei profesii au încercat să ne avertizeze.

La aeroport, o stewardesă vă întreabă:

— Aveți bagaj?

Îi răspundeți:

— Da, eu am un DESS (Diploma de master, n. Red.) în marketing și el a făcut Academia de Arte.

La Cannes, Charlie și cu tine incarnați culmea reușitei. Tineri, bronzați, bogați, de temut, bateți Croisetta în tee-shirtul agenției Rosse („Aici muncim și vă cotonogim”[98] în față și „La Rosse da la greu cu folos” în spate – sloganul l-a găsit un mic CDD cu SMIC), cu ochelarii voștri de soare Helmut Lang Opticals și cu niște New Balance în picioare: sunteți nababi cool. Logic, ar trebui să vă dați în bărci cu fufele ariviste care descind aici – pentru a rupe inima târgului cu book-ul sub braț – la Jane's Club-ul închiriat de Première Houre (o dugheană mare de producție venită aici să lângă tălpile copywriterilor). Pe moment, veți lua un prânz gratuit pe plajă de la Carlton, la masa lui Alain Bernard și a lui Aram Kevorkian, patronii lui Pac (cei mai învesunati dușmani ai lui Première Heure, veniți aici să întrețină bunele relații comerciale cu amicii lor din copilărie). Veți petrece uneori clipe de bucurie trecătoare, scurte momente de fericire inexplicabilă: le veți boteza „Near Life Experience”[99].

La bufet, îi recunoașteți pe toți noii mahări din meserie, deghizați în FDS, o gașcă de păroși (sau tunși) nerași, cu tee-shirturi hărtănite, jensi decolorați și bascheți scâlciați care baga la chimir cele mai grele salarii din țară. Numele le sunt înscrise pe ecusoane:

— Christophe Lambert, manager la CLM-BBDO (62,5 milioane de euro profit brut, agenția lui Total – „Nu veți mai veni la noi din întâmplare”, France Télécom – „Vă vom

face să iubiți anul 2000”, Pepsi Cola – „The choice of a new generation”.

— Pascal Grégoire, Președinte și DC la Leagas Delaney (mica agenție, autoarea unei enorme lovituri la Cupa Mondială de Fotbal '98: Adidas – „Victoria este a noastră”)

— Gabriel Gaultier, Președintele Clubului Directorilor Artistici, asociație care îi reunește pe toți copywriterii francezi, și DC la Young & Rubicam (73,5 milioane de euro profit brut, agenția lui Orangina – „Trebuie să scuturi bine Orangina, altfel pulpa rămâne la fund”, Stimorol – „Mestecați în daneză”, Ricard – „Să respectăm apa”).

— Christian Blaches, patronul lui *CB News* (îl vedeți în fiecare duminică seară pe M6, unde prezintă „Culture Pub” cu Thomas Hervé)

— Eric Tong Cuong, Președinte – după cum o indică și numele sau – la Euro RSCG Babinet Erra Tong Cuong (profit brut necomunicat, agenția lui Evian – „Declarată izvor de tinerețe de către corpul vostru”, Peugeot – „Pentru că automobilul să fie întotdeauna o plăcere”, Canal+ – „În timp ce te uiți la Canal+ măcar nu stai în fața televizorului”)

— Benoât Devarrieux, fondatorul lui Devarrieux-Villaret (19,21 milioane de euro, profit brut, agenția lui Crédit Lyonnais – „Banca dumneavoastră va da socoteală”, Volvic – „Apa de Volvic este un noroc”)

— Bernard Bureau, vice-președinte la Ogilvy & Mather (72 milioane de euro profit brut, agenția lui Perrier – „Apa, aer, viața”, Ford Ka – „Nu mă gândesc decât la una Ka asta”)

— Gérard Hean, cofondatorul lui Jean & Montmarin (agenția lui Yop – „Anii Yop”, Teisseire – „N-ar fi trebuit să-i privați de Teisseire”, Herța – „Să nu trecem pe lângă lucrurile simple”)

— Jean Pierre Barbon, unul dintre numeroșii DC de la BDDP@TBWA (127 milioane de euro profit brut, agenția lui

McDonald's „McDo pentru intimi”, SNCF – „Noi vă vom face să preferați trenul”, 1664 – „Patru cifre mai puternice decât toate cuvintele”)

— Christian Vince, vice-manager al grupului DDB France (128,6 milioane de euro profit brut, agenția lui Volkswagen – „Totuși e ușor să nu te înșeli”, FNAC – „Agitator din 1954”, Badoit – „Te poți gândi la o masă fără Badoit?”)

— Bertrand Suchet, fondator și președinte la Louis XIV (agenția lui Audi – „Aparențele sunt făcute pentru a fi depășite”, Regina Rubens – „Respirați, sunteți femeie”, Givenchy – „Putin mai departe decât infinitul”)

Mai este și Zzz, poreclit așa pentru că toate casele de producție îi oferă călătorii în Insula Moustique[100] (peste tot, pe unde intră, este primit cu un bâzâit, toți colegii lui încep să facă „zzzzzz”, e haios, dar – curios – pe el chestia asta nu-l face deloc să râdă).

Mai sunt și toți tipii ăia niței îmbortosati, care au avut vreo două-trei idei haioase acum douăzeci de ani și, de atunci încoace, își duc zilele după urma lor. Unul dintre ei și-a clădit toată averea vânzând același slogan mai multor clienți: „șoseta este Kindy”, „Brânza este Kiri”, „Cacaua este Banania”, „Ceasul este Kelton”, „Pantoful este Bâta”... Faceți cu toții mari eforturi pentru a lăsa impresia că vă distrați. A te distra este totuna cu a te sinucide, doar că poți s-o faci în fiecare zi. Cum este rostit numele lui Marronier în fața lui Charlie și a ta, cum vă luați mutra de circumstanța: ooof of of of of of of of of, nu-mi mai spune, cât ne lipsește băiatul ăsta, știi că primim în continuare scrisori pentru el, cataloage ImageBank pe numele lui, fir-ar să fie, și-ar putea actualiza și ei fișierul, ce mă-sa, toți din meserie sunt în doliu, în orice caz, s-a zis cu Cannes-ul... Ne vedem la bar, la Martinez, diseară după short-list?

Short-list este lista primelor 100 de pelicule publicitare alese de juriu că fiind cele mai bune (din 5000 de candidate). Și voi apăreți în ea cu „Maigrelette. It's so good when it comes in your mouth”, a voastră. Juriul, compus din confrați japonezi, englezi, germani, americani, brazilieni și francezi, a considerat scena atât de îndrăzneață încât a reținut-o în ciuda unor fluierături din marea sală de proiecție. Ați înscris versiunea Dogma în extremis, după ce ați difuzat-o o singură dată la ora trei dimineața, pe Canalul Jimmy. Astfel, din punct de vedere juridic, este considerată ca o adevărată campanie, când, de fapt, clientul n-a vrut-o niciodată, iar publicul n-a văzut-o niciodată (în schimb, versiunea „frecție la picior de lemn” este difuzată în rotație maximă pe TFA, seara de seară, cu noul său slogan: „MAIGRELETTE. AI NEVOIE ÎNTOTDEAUNA DE O DOZĂ DE LEJERITATE”, dar e inutil să mai spunem că, aici, n-a trecut de primul tur). Tamara ar trebuie să se întâlnească mâine cu voi, ar fi totuși fabulos să câștigați un premiu după numai o lună de la numirea voastră în fruntea lui Rosserys & Withoraft France. Ați urca pe scenă, ați fi citați la TV și în presa: „Franța, mereu la coada altor țări occidentale, în privința creației publicitare, a câștigat totuși câteva recompense, dintre care Leul de Aur pentru Maigrelette (produs Madone), o pastișă de film pornografic a agenției Rosserys & Withcraft care tocmai a fost dotată cu o nouă direcție de creație bicefală”. În *Stratégies* ați avea poza cu această legendă: „Octave Parângo și Charlie Nagoud ne declară: *Ceea ce ne trebuie este federalizarea entuziasmelor la întâlnirea din răspântiile de mâine”*.

Cuvinte spicuite pe pontonul de schi nautic de la Majestic, între persoane ce-și bat palma în chip de bună ziua:

— Dior mă plictisește.

— Ai văzut alea 30 de secunde cu iepurele care sare cu coarda elastică?

— Și ăla, pentru Mégane cu frânele care deformează părul?

— Noul. To-tal me-tal.

— Noul Air France al lui Gondry e perfect.

— Sunt mai puțin sigur în privința noilor Diesel, e ceva stufos.

— Campania Tag Hener e o dramă.

— În schimb, ultimele Pepsi n-au spart.

— Ce zici de Kiss FM, cu huiduma aia de tuciuriu care cânta în broscuța lui?

— Telmor. Over the top[101].

— Iar umfla norvegienii tot.

— O să fie un standing ovation pentru poponarul ăla curtat de o fată.

— E o idee adevărată.

— I-ai văzut pe ăia doi în saună? Miroase a cur de la o poștă.

— Mor după Maigrelette a ta, dar ce nasol că nu-s și niscaiva animale pe acolo. Câini, pisici; e ceva ultra-cannez.

— Tații noștri au fost cât pe ce să se asocieze, știai?

— Ei nu! Hai să ne îmbrățișăm. Cum te cheamă?

— Natalie Faucheton.

— Da, știi, eu sunt ăla căruia îi place să fie obraznic...

Zâmbet numai crețuri.

— O să-ți spun o chestie: dacă nu ești cu mine, te dai la mine, ești împotriva mea.

— Ah! Ah! Ah! Am crezut că vorbești serios!

— Eu, acum, am terminat-o: iarna, sunt în emisfera sudică.

— Ai văzut mica noastră Maigrelette?

— Überfashion[102].

— Ador ideea dar nu un exe[103].

— Nu, zău, acum serios. Îți place sau nu-ți place?

— Între „îmi place” și „nu-mi place”, e mai degrabă „nu-mi place”.

— Gata, stai, sunt imuno-deprimat.

— Nu, fac goange. Cinstit, este excelent, dar ar fi trebuit să păstrați baseline-ul francez, „it comes in your mouth”, prea seamănă a joc de cuvinte.

— Și totuși. Americhenii sunt așa de puritani, ca toți vor vota pentru, cum văd că e vorba de cur, cum consideră chestia al dracu' de îndrăzneață, fiindcă nu-ți ține curelele s-o mărite pe piața lor.

Degetul mare în aer.

— Deunăzi, eram într-o reuniune și nu zici că un client îmi scoate pe gura: „e bine, dar ar trebui să-i mai adăugăm niște astazime”. Știi ce i-am răspuns? „și niște mâinetate nu?”

Râs vaginal.

— Eu am un șef de grup care îi tot dă zor cu „gustativitatea”! N-a auzit de cuvântul „gust”!

— Gustul nu se învața în școlile de comerț.

— În orice caz, întotdeauna e mai bine să zici „te ador”, decât „îmi stai în gât”.

— Cel mai cel este ăla cu tipul care cânta „get up... ah”, așteptând rabla care trece în fiecare zi.

— Nu l-am văzut, îmi trimiți caseta?

— Este cât se poate de bine pe produs și, în același timp, complet virgin pe ideea asta.

— E prea eterat.

— Da, dar foarte hetero.

— Nu-mi vine să cred că filmele cu Nike au fost short-listate, iar testimonialul soției lui Hulk a ieșit.

— Ăia cărora nu le-a picat fisa deloc sunt categoric japonezii.

— Maigrelette porno, totuși trebuia îndrăznit.

— E o chestie așa de tâmpa, că funcționează beton.

— O să fie un masacru.

— Știi ultima chestie a lui Tony Kaye? A cerut un tunel făcut din 600 de dorade (pește cu reflexe argintii sau aurii. N.red.) bătute în cuie, pe pereți, și nu s-a folosit niciodată de el.

— Lansez un nou mijloc de comunicare, trebuie să-ți vorbesc neapărat despre el, se numește „revalog”: ceva între revistă și catalog.

— De ce nu-i spui catarev?

Ochii spre cer.

— Ce mai face Sophie?

— Așteaptă un copil.

— Nu mai spune! E nostim, eu aștept o canapea.

— E-salut.

Iată-l pe Mathieu Cocteau, un vechi redactor de la BDDP, care s-a lansat în concepția de site-uri Internet.

— E-bonjur. Cum e, îți merge mica e-afacere?

— E-mda. Mi-am scos e-200 de milioane în șase e-luni.

— Da' ce e-nvârti e-acolo?

— Am e-nevoie de voi. Îmi trebuie publicitate ca să-mi fac cunoscute rahaturile astea de site-uri și, de asemenea, publicitate, în ele, pentru ca să le finanțez vânzând spamuri. Noua economie nu-i deloc nouă. Ca și aia veche, nu exista decât prin publicitate.

— Să ți-o spun: succesul nostru se datorează faptului că, după ce am dezgustat publicul de publicitatea anilor '80, l-am făcut să creadă că eram demodați în anii '93 și depășiți de Net în anii '00. Când, de fapt, noi n-am mai fost niciodată atât de powerfuli.

— E-bun. N-am prea mult e-timp să stau de e-povesti. Tre' să merg la cybercafé-ul de pe plajă, ca să-mi check-ez mailurile. Hai, e-ceau.

— Bye-bye.com!

Noaptea, la Nibarland, dansați așezați în fotolii, ca niște tetraplegici. Moda vine de la New York: acolo, primarul a redus atât de mult numărul autorizațiilor pentru bombele de noapte încât toți petrecăreții dau buzna în barurile în care dansul este interzis. La Spy, Velvet, Jet, Chaos, Liquid Life asculți, prin urmare, o house-music care zbiară în draci, mulțumindu-te să dai din mâini și fără să te ridici de pe taburet. E vulgar în cel mai rău hal să te bătăi în picioare, pe un ring de dans. Peste tot în lume, trebuie să ședzi pe scaun, în mijlocul cacofoniei generale. În această discotecă din Cannes îi recunoști iute pe autohtoni după faptul că dansează cu fetele frumoase de pe aceste meleaguri, hlizindu-se cu gura până la urechi, în timp ce publicitarii stau pe banchete sorbind din clondir, pentru a le arăta confraților că s-au întors de la New York, iar voi, Charlie și cu tine, vă ridicați expres de la masă și vă duceți la căcăstoare, stați acolo vreo cinci minute, și vă întoarceți cu părul vâlvoi, pufnind și bând pahare mari de apă, frecându-vă la nas, ca să creadă japonezii de la Dentsu ca voi aveți zăpada, iar ei nu.

De data asta, parcă ați fi într-un film de-al lui David Lynch: în spatele unei aparente șlefuite și zâmbitoare se ascunde o dimensiune obscură, o violentă tainică. O

nebunie distrugătoare care va împinge să zâmbiți și mai larg.

▫ 4 ▫

Și, acum, puneți-vă în pielea comisarului SANCHEZ Ferlosio, de 53 de ani, în strâmtul său birou cannez. Este sfârșitul zilei, priviți în liniște cum se apropie week-endul, cu greierii care cânta și cu o carafă de vin alb pe tejgheaua Bufetului Gării, când, deodată, începe tămbălăul: primiți prin e-mail un mandat de arestare internațional având ca anexa un Real Video. Dai de două ori clic pe semn și vă pomeniți holbându-vă la trei francezi, pe alb-negru, care ies dintr-o vilă, strigând: „Crezi că s-o fi înregistrat pe video?

— Nu, e doar un interfon.

— Oricum, chiar dacă ar fi rămas vreo urmă, aici nu ne cunoaște nimeni", înainte de a se apropia de obiectiv cu un pietroi în mâna.

Descifrați cu greu un mesaj în engleză cu titlul „First Degree Murder Prosecution"[104]. Înțelegeți prost engleza însa, grosso modo, se pare că aici e vorba de o anchetă a Poliției din Florida, de pe lângă Primăria din Miami, în legătură cu autorizațiile de turnare în aer liber date în luna februarie. Numele a trei suspecți francezi vă defilează prin fața ochilor și, atunci, citindu-le profesia, înțelegeți prea bine de ce v-am deranjat în plin Festival al Publicității de la Cannes. Regretați vremurile când meseria vă era înceata și dificilă; și ridicați telefonul pentru a obține lista celor înscriși de la Grand Hotelurile de pe Croisette.

Tamara și cu tine vă treziți când ziua se culca: draperiile de la Carlton sunt foarte groase și e deajuns să agățiți „Do not disturb" de clanța ușii, pentru că serviciul de pe etaj să vă lase în pace. V-ați aghesmuit toată noaptea dar tu nu te-ai apucat din nou de „praf": ați preferat să

încercați ciupercile aduse dintr-un smart-shop[105] din Amsterdam. Mulțumită lor, pe la patru dimineața, ai găsit ideea unei reclame pentru competiția Jumex Fournier (capsule împotriva răcelii):

„O blondă cu brushing sta pe bancheta din spatele unui Mercedes barosan, în compania unui arab bogat. Șoferul este foarte răcit. Deodată, îi vine să strănute: „hap... hap...”, în momentul în care mașina intra în tunelul Alma (Tunelul parizian de lângă Sena unde s-a petrecut accidentul în urma căruia și-a pierdut viața prințesa Diana. N.red.). *Ecran negru. Se aude un scrâșnet de pneuri și zgomotul teribil al unei izbituri violente. Apare logo-ul „Humex Fournier”, cu acest slogan: „Humex Fournier. Opriți-vă guturaiul înainte să vă oprească el”.*

Nu-i rău, îți spun, recitind bucata de șervet pe care ai mâzgălit conceptul ce va fi facturat cu un milion de euro. Dar se poate și mai bine.

„John-John Kennedy pilotează un mic avion deasupra zonei Long Island. Este foarte răcit, tușește și strănuta fără încetare. Nevasta lui, Carolyn, este cam îngrijorata, în secret, ceea ce rimează cu numele său de față: Bessette. Ea îi oferă o capsulă de Humex Fournier, dar John refuza, pentru că au întârziat foarte tare la nunta verișoarei sale. Deodată, el începe să strănute violent, ceea ce face ca traiectoria avionului să devieze. Logo-ul „Humex Fournier” apare cu acest slogan: „Humex Fournier. Nu vă lăsați să cădeți în nas”[106].

Aseară, ați făcut pentru prima oară dragoste și a fost o minune logică, plină de savoare de fruct. Pe MTV, grupul REM cânta „E sfârșitul lumii și mi-e bine”. Tamara s-a apropiat de tine; tu căutai un șervet ca să-ți ștergi degetele năclăite de clătite cu caise; ea a fost cea care a început să te lingă pe mâna; apoi restul. V-ați încolăcit, vă era greu să

mai știți care era unul și care celălalt. Ea avea buzele dulci (clătită cu caise). Te mângâia cu părul ei leneș. Tamara avea pielea așa de strălucitoare, încât te oglindeai în ea. Ai avut o nouă erecție, exact după ce ai juisat. Ăsta-i un lucru care nu ți se mai întâmplase de mult. Când trăiești cu cineva, nu mai ai o a doua erecție. Nu o mai puneți din nou. Și totuși e așa de bine: tocmai ați terminat, vă priviți, beți puțină apă, pufăiți o tiga, chicotiți și, deodată, pac, dintr-o privire, dorința se înființează iar, *fofoloanca* (pizda) e din nou umedă și *mușchiulețul* (pula) te doare de sculata ce e. Baseline: o oboseală bruscă, Tamara, și de la capăt.

În somn, picăturile de transpirație i s-au așezat, ca o rouă, pe umeri și pe frunte. Ea are, cum spune Paul-Jean Toulet în *Mon amie Nane*, „grația adormită a creolelor, atât de obosite de a nu fi făcut niciodată nimic". Nu te dumirești cum de ți-a luat atâta timp să-i scoți tricoul alb. Dacă ai fi știut că va fi atât de dulce... și-a vopsit părul, dar nu e bălai, nu, e bălăior. Aseară, Tamara mânca icre tarama la piscina Majestic, când ți-a spus:

— Vrei să te fac?

— Ei! Ți s-au arcuit sfârcurile!

— Da, și după aia, în general, iau arcul și trag.

Când arunca ea o privire de jar, îi punea pe foc pe toți masculii. Avea un profil de medalie (ea n-are părul bălai, ci bălăior; un profil de medalie, medaliat; o privire de jar mai ceva ca jăratecul: când se uita la ea, toți și toate se alungesc, chiar și cuvintele care o descriu). Părul bălăior îi vine pe urme, o urmează cu greu, îi zboară pe spate și împrăștie în văzduh un parfum pe care îl cunoști: Obsession... Al Sophiei, cel de la început, când ea își testă puterea asupra ta, ținându-și întredeschisa gura bosumflată, ca într-un anunț de presă pentru Carolina

Herrera. Asta te face să-ți amintești că v-ați pus-o fără cauciuc.

— Nu te prosti, Tamara, vezi că sunt puios de nu se poate.

— Mi se fâlfâie: iau pilule de zece ani. Măcar nu ești bolnav, nu?

Vă faceți amândoi că dormiți în fata teveului cu cablu. Sunteți treziți de Charlie, care rage la telefon:

— Avem sida! Avem sida!

— Ce?

— Gata, s-a făcut: Ministerul Sănătății tocmai ne-a încredințat bugetul pentru prevenirea sidei, nu-i o frumusețe? Zece milioane de euro fără competiție?

Tamara se întoarce spre tine:

— Ce e?

— Oh, nimic... Era Charlie... Avem sida.

Ieri de dimineață ați înghițit ciupercile halucinogene aduse de la Amsterdam, niște psilocybe (4 pălării și 3 tije de fiecare), iar conversațiile voastre au luat o nouă turnură:

— Am două capete.

— Dulapul o să facă explozie.

— Sunt starshootata[107].

— Vreau să văd un film, dar de ce, e normal?

— Până înțeleg ce mă întrebi, e prea târziu ca să-ți mai răspund.

— Mintea mea nu încetează să lucreze.

— M-am bătut cu mini-barul.

— Balele albei porumbițe nu-l ating pe bătrânul broscoi.

— Devin din nou eu însumi.

— N-am chef să văd o chestie porno. În fine, bun, asta e, în orice caz, o vedem.

— Vouă, fetelor, tre' să vi se dea motive ca să ne păstrați.

— Am oroare de frazele care încep cu „am oroare”.

— Tu îmi potolești setea.

— Nu faci altceva decât să mă înșeli.

— Mda, dar aș fi putut să fac ceva și mai rău: să te iau de nevastă.

Cunoașteți diferența dintre bogați și săraci? Săracii vând droguri pentru ca să-și cumpere Nike, iar bogații vând Nike pentru ca să-și cumpere droguri.

Marea dansa de-a-lungul golfului întunecat (La mer dansait le long du golfe sombre (fr.) – Aluzie la versurile șansonetei „La Mer” de Charles Trenet: „La mer dansait le long du golfe claire” – Marea dansa de-a-lungul golfului luminos. N.tr.). N-avea reflexe schimbătoare, marea. Abia a doua zi, Tamara te-a anunțat că pleacă pentru totdeauna.

— Cu cine?

— Cu Alfred Duler, clientul tău de la Madone. El e demn de mine. Îmi lasa douăzeci de mesaje pe zi la cutia vocală. M-am culcat cu el săptămâna trecută, m-a dus la Trianon Palace, nu-i venea să creadă, îi tataia fundul de frică, era așa de dulce. Știi, e mai degrabă drăgălaș și mi-a făcut o groază de declarații; cred că vrea cu adevărat să-și lase nevasta, știi, se plictisește așa de tare cu viața pe care o duce.

— Ah, asta nu-i cine știe ce veste: el mai plictisește și niște milioane de oameni. Dar ce-ai să faci cu fiică-ta, o lași în Măroc?

— Păi nu, Alfred este de acord s-o repatriez în Franța, vrea să stăm împreuna, o să ceară divorțul, vrea să ne

căsătorim, totul, ce mai... știi, e ceva de speriat ce-i poți da viața peste cap unui tip de cincizeci de ani, când ai talia fină și limba agilă...

— Și douăzeci de ani mai puțin decât nevastă-sa.

— Ascultă, nu fă bot, știi prea bine ca o asemenea ocazie nu servește prea des. Este șansa vieții mele! O să mă pot așeza la casa mea, o să fiu mare cucoană. O să am pentru prima oară casa mea. O s-o pot aranja și o să mă cheme doamna Duler, iar pe fiică-mea domnișoara Duler, o să avem mașina și vacante în Provence. O să fiu apărată, o să mă pot îngrășa în fine! Dar n-o să te uit, ai să vii la nuntă, nu? Voiam chiar să-mi fii martor, dar nu vrea Alfred, e gelos pe trecutul meu.

— I-ai povestit totul? Baga de seamă, totuși e cel mai țeapăn client al meu.

— Aaa... Nu, nu toate detaliile, de altfel nici nu prea ține să le știe, dar, în fine, bănuiește că ne-am zbenguit împreuna.

— Ceea ce era fals, până aseară.

— Da, de-aia te-am violat, mă enerva că n-am făcut niciodată treaba aia. Auzi, erai într-o formă, a fost bine, ești mulțumit? Nu voiam să te las fără să guști marfa. Mulțumită ție mi s-au întâmplat toate... (spunând asta, arata cu degetele pe coperta lui *Elle*, o poză de Jean-Marie Périer, din care zâmbește ea, cu titlul: „Tamara: Maigrelette cu Untic”[108]

— Dar nu vrei să vii la decernarea Leilor?

— Auzi, nu vrea Alfred, e foarte posesiv, prefer să nu-l supăr. Mai ales că nici nu greșește: zice că, dacă vreau să mă lansez în cinema, nu trebuie să mă mai încurc cu publicitatea.

— Va să zică, așa se termină? Și eu, care începusem să te iubesc!

— Oprește-te: ultima oară când mi-ai spus chestia asta era prea devreme, iar acum e prea târziu.

Și asta-i, ea te sărută pentru ultima oară, iar tu lași să-ți alunece din mâna încheietura ei grațioasă. O lași să plece, pentru că lași toată lumea să plece. O lași să se îndrepte spre cariera de superstar pe care o cunoașteți cu toții. Te simți din ce în ce mai ofticos. În clipa în care ea închide ușa, începe nostalgia tuturor secundelor precedente.

Cerul se contopește cu oceanul: asta se cheamă orizont. „În zorii celui de-al treilea mileniu...". Atâta ni s-a tot vorbit despre el, încât e cum nu se poate mai haios să vezi, în sfârșit, „zorii celui de-al treilea mileniu...". Nu-i chiar așa de îngrozitor. Petroliere străbat golful, lăsând în urmă la o mare irizată (adicătelea poluată). Te uiți la ecografia Sophiei, care devine din ce în ce mai vagă, dar nu clipești, îți ții ochii căscați până când obrajii ți se fac leoarcă.

Întâlniți ființe care apar ca să vă transforme viața, dar ele nu știu asta și, apoi, vă trădează pe nesimțite, le vedeți pactizând cu dușmanul și, după aceea, le priviți îndepărtându-se ca o armată după jaf – pe un fundal de ruine și amurg.

▫ 5 ▫

Sunteți produsul unei epoci. Nu. E prea ușor să incriminați epocă. Sunteți un produs și atât. Mondializarea nemaifiind interesată de oameni, trebuia să deveniți un produs, pentru că societatea să fie interesată de voi. Capitalul transforma oamenii în iaurtul perisabile, drogați cu Spectacol, adică dresați pentru a-și strivi aproapele. Pentru ca să fiți dați afară, va fi deajuns ca numele vostru de pe ecran să fie adus până în coș, apoi să se selecteze

„golește coșul” din meniul „Special”, atunci, computerul va întreba: „Doriți suprimarea definitivă a acestui element? *Delete*. OK”. Pentru a vă face dispăruți, va fi de ajuns să se dea un clic pe „OK”. Cândva, o reclamă zicea: „Un mic clic este de preferat unui mare șoc”, dar, în prezent, un mic clic provoacă un mare șoc.

Dacă tot sunteți un produs, v-ar plăcea să purtați un nume imposibil de pronunțat, complicat, greu de memorat, un nume de drog tare, de culoare câcănie, să fiți un acid foarte puternic, capabil să dizolve un dinte într-o oră, un lichid prea dulce, cu gust bizar, și, în ciuda tuturor acestor defecte evidente, să rămâneți marca cea mai cunoscută de pe pământ. V-ar plăcea să fiți o doză de Coca-Cola otrăvită.

Până atunci, dacă ați fi Charlie Nagoud în camera lui de hotel, ați surfa pe diferite site-uri sexuale și ați fi foarte mulțumit să teleîncarcati un video „distractiv” (așa cum ziceți mereu), reprezentând o tânără asiatica ce suge un cal, după care vomita un kil de spermă, ceea ce v-ar aminti că trebuie să-i dați zor, să vă faceți toaleta ca să fiți frumos la ceremonia de înmânare a Leilor mondiali. Însa, ca să vezi, Odile, care n-ar mai fi stagiară, ci AD senior recent promovată, ar ocupa baia de vreo trei sferturi de ceas.

Iar dacă ați fi Octave Parângo, ați fi în fața sălii de la Palatul Festivalurilor, știți, blockhausul ăla greoi, de inspirație neo-nazista, din capătul Croisettei, acolo unde vedetele urcă treptele de la Cannes, mitraliate de blitzurile fotografilor. Vi s-ar lungi urechile așteptând în mijlocul unei gloate de publicitari din toate țările lumii, cu smokinguri închiriate, care s-ar pregăti să asiste la înmânarea trofeelor autocongratulate. Ați asculta zarvă, ați adulmeca parfumurile amețitoare și transpirațiile terorizate. Ați contempla plaja, nisipul ei fin, iahturile albe. Și degeaba v-ați întoarce, pentru că n-ați vedea în urma voastră două mii de ani, ci un bou de olandez. Ați privi din

nou nisipul vechi de cincizeci de mii de ani căruia i se fâlfâie de moaca voastră. Ce sunt două mii de ani, pentru nisipul ăsta? Dacă v-ați născut cu câțiva ani mai înainte de o schimbare de calendar, nu e cazul să faceți din asta un capăt de țară.

Știți că vă veți descurca întotdeauna. E deajuns doar o idee. Veți găsi întotdeauna o prostie care să vă urce iar în șa: o să vindeți oamenilor filme porno în care vor face amor cu rudele lor reconstituite în imagini de sinteză, o să parașutați iaurtul degresat Maigrelette într-o țară înfometata, o să lansați un supozitor cu droguri sau un supozitor în formă de sculă, o să le propuneți celor de la Coca-Cola să-și vopsească băutura în roșu, ca să-și economisească cheltuielile de etichetare, o să-i spuneți Președintelui Statelor Unite să bombardeze Irakul de fiecare dată când are probleme de politica internă, o să-i propuneți lui Calvin Klein să lanseze alimente transgenice, firmei Madone să deseneze îmbrăcăminte bio, lui Bill Gates să răscumpere toate țările sărace, lui Nutella să fabrice săpun pralinat, lui Lacoste să comercializeze carne de crocodil în vid, lui Pepsi-Cola să-și creeze canalul propriu de televiziune albastră, grupului Total-Fina-Elf să deschisă baruri cu curve în toate benzinăriile, lui Gillette să lanseze o mașină de râs cu 8 lame... O să vă descurcați întotdeauna, așa-i?

Prin urmare, hop s-asa, intrați în horă.

▫ 6 ▫

Sala este arhiplină. Inima vă bate cu putere. Vă treceți mâna prin păr și va spray-ati cu Déomint în gură. Ora gloriei voastre a sunat. Îi purtați niscaiva pica Tamarei, pentru că v-a lăsat cu ochii în soare, dar nu e grav, Odile îi aplică lui Charlie câte o ventuză, în sala sunt 6000 de

persoane și poate că veți urca pe scenă, dacă veți câștiga o recompensă... Totul merge bine. Dar, atunci, ce e cu zâmbetul ăsta tot mai crispat?

Intrați în vorbă cu vecină din stânga:

— Hi. My name îs Charlie și el e Octave.

— Știu: amândoi sunteți noii patroni de la Rosse.

— Ah. Baftă mea: o franțuzoaică. Și unde lucrați?

— La Rosse. Adeline, sunt la serviciul producție.

— Ah, da, sigur, Adeline, acum te recunosc. Scuză-mă, de trei zile încoace am dormit foarte puțin.

— Nici o problemă. Credeți că filmul cu Maigrelette are șanse?

— Greu de spus. Posibil. E așa de tâmpit, încât ar putea trece.

— Ah, de fapt, trebuie să vă spun: Lady Di și John-John pleacă la test.

— Știu, știu, și avem sida.

— Da, suntem aware. Cu chestia asta suntem în faza de going.

Lumina se stinge. Labele plesnesc din plin. Vă așezați picior peste picior, vă uitați la ceas, vă așteptați categoria (Milk & Dairy Products) pieptănându-vă cu degetele. În fața voastră defilează sporturile cele mai creative de pe planetă: deliruri nesfârșite despre corn-flakes regimurile slăbit, parfumuri, blugi, șampoane, votcă, batoane de ciocolată, tăiței, pizza, computere, site-uri Internet gratuite, hrana pentru câini, mașini 4x4, momente de imagaginatie de autodeziziune scăpate miraculos de vigilentă firmelor, grafii inovatoare, planuri flou cu mere verzi, grograin-uri pe 16 mm, designul de mâine, fraze care „interpelează”, logo-uri roșii tridimensionale, desene animate indiene, muzica parodiată, un permanent al optulea stadiu,

integrame, bănet cheltuit, pelicula zgâriata cu mâna, mulțimi cu încetinitorul, emoții eliberate și mereu fete frumoase, pentru că totul se bazează pe fetele frumoase, nimic altceva nu-i interesează pe oameni. Încercați să aveți un aer distins, alături de vecina voastră, care se fâțâie pe scaun și fredonează ceva, ca să pară relax. Dacă Albert Cohen ar fi văzut scena asta înainte de 1968 (dar ar fi fost imposibil să se petreacă înainte de 1968, pentru că ea este tocmai consecință), s-ar fi inspirat din ea pentru a descrie maimuțărelile din Belle du Seigneur ((fr.) – *Frumoasă Domnului*, titlul romanului lui Albert Cohen. N. Red. N.tr.).

— And the winner is... Maigrelette – The Nympho maniac by Rossery & Withcraft France.[109]

Slavă ție, Leu de Aur. Osana în înaltul Cerurilor. Căci a ta e Împărăția, și Puterea, și Slava, Acum și Pururi și în Vecii Vecilor, Amin.

Săriți în sus de bucurie.

— Yyyyesss!

Coborâți rândurile, urcați treptele și vă pregătiți să-i mulțumiți realizatorului Enrique „fără de care n-am fi aici” și frumoasei Tamara „grație căreia totul a fost posibil”, să spuneți că ideea voastră era „să cântați un imn vieții care respecta timingul omenesc”.

Și alea-alea, Când se năpustesc asupra voastră.

Trei polițiști va încercuiesc în fața întregii profesii mondiale și comisarul Sanchez Ferlosio însuși va pune cătușele pentru uciderea lui Mrs. Ward din Coral Gables, Districtul Miami, Statul Florida.

Se poate spune, oarecum, ca voi înșivă v-ați scos din competiție.

„Uite-așa trece viața: vă nașteți, muriți și, între cele două, vă doare burta. A trăi înseamnă a avea tot timpul dureri de burtă: la 15 ani, durerile de burtă pentru că vă îndrăgostiți, la 25 de ani, pentru că vă îngrozește viitorul; la 35 de ani, pentru că beți; la 45 de ani, pentru că munciți prea mult; la 55 de ani, pentru că nu mai sunteți îndrăgostiți; la 65 de ani, pentru că vă îngrozește trecutul; la 75 de ani, pentru că aveți un cancer generalizat. În intervale, n-ați făcut altceva decât să-i ascultați pe părinți, apoi pe profesori, apoi pe patroni, apoi pe soți, apoi pe doctori. Uneori, bănuiți că lor li se rupe de voi, dar e deja prea târziu și, într-o zi, unul dintre ei va anunța că o să muriți și atunci va baga într-un lădoi de lemn sub pământul cimitirului bătut de ploaie din Bagneux. Credeți că veți fi cruțat? Cu atât mai bine. Când veți citi toate acestea, eu voi fi moartă. Veți trăi, iar eu nu. Nu e zguduitor? Vă veți plimba, veți bea, veți mânca, veți regula, veți putea alege, iar eu, eu nu voi mai face nimic din toate astea, eu voi fi altundeva, într-un loc pe care nu-l cunosc mai bine ca pe voi, dar pe care îl voi cunoaște în clipa în care veți citi aceste rânduri. Ne desparte moartea. Nu este trist, este doar ceea ce suntem, eu, moartă, și voi, cei care citiți, fiecare de o parte a acestui zid imposibil de trecut și despre care totuși putem vorbi. Să trăiești și să auzi un cadavru care vorbește, uite ce practic e Internetul ăsta.

Fantoma dumneavoastră favorită, Sophie”.

Vă priviți chiorâș, părinții Sophiei și cu tine: ca și cum ați putea vorbi la vorbitor – s-ar afla dacă vorbitoarele ar folosi într-adevăr pentru că oamenii să-și vorbească.

— Acum că Sophie nu mai e aici, când, de fapt, nu reușeați s-o faceți nici în timpul vieții ei. Până la urmă, au venit să te vadă la Centrul de Detenție din Tarascon, pe tine, Octave, tatăl netrebnic, pe care îl tratau de sus la

reuniunile de familie. Au ochii pe cât de umflați pe atât de încercănați. Patru bile mari, roșii și disperate.

— A trimis mesajul ăsta pe Internet, prin e-mail, dintr-un hotel senegalez. N-ați mai avut vești de la ea, de atunci...

— De când ne-am despărțit? Nu. Și nu din cauză că eu n-am încercat.

Acuzi lovitura. Era în Senegal, atunci când s-a sinucis Marronnier... Oare se dădeau în bărci împreuna? Ce mă-sa învârtea acolo, cu el? La dracu', nu-i destul să afli că ești *cornuto*, ți se întâmpla, pe deasupra, și postum, și la pârnaie...

— Nu se poate, nu-i adevărat, nu-i adevărat, nu se poate (alternați aceste două fraze timp de o oră, inutil să vă mai transcriu și aici lamentările).

Îi privești pe cei doi bătrâni cu bărbii tremurânde. Exact după ce au ieșit de la vorbitor, izbucnești în lacrimi în fata paginilor de reclama pentru Air Liberté, rupte dintr-o revistă. Nu e prima oară când bâzâi, după încercare. De fapt, pentru niște masculi feroce, cum sunteți tu și Charlie, vă smiorcăiți destul de des. Atât de mult, încât el a încercat să se spânzure a doua zi după ce a intrat aici. Iar tu te văicărești.

— N-o mai iubeam, dar o s-o iubesc mereu, doar că n-am iubit-o destul, deși am iubit-o întotdeauna fără s-o fi iubit așa cum ar fi trebuit s-o iubesc.

Plângi chiar și acum, când așterni aceste rânduri.

Bergson a definit râsul ca „mecanic placat pe viu asupra visului”. Prin urmare, lacrimile sunt opusul: viul placat pe mecanic. Iruperea adevărului în mijlocul artificiului e ca un robot ce rămâne în pană, ca un dandy molipsit de naturalețe. Deodată, un necunoscut vă servește o lovitură de furculița în burtă. Deodată, un necunoscut vă servește o

ședință de sodomie, la dușuri. Deodată, o necunoscută vă servește un adio sub formă de ecografie. Când o femeie însărcinată se sinucide, asta înseamnă doi morți cu prețul unuia singur, ca la promoțiile de detergenți. Și obraznică asta de Mylène Farmer, care tot cânta la radio: „Dacă trebuie să cad de sus/Măcar să-mi fie căderea lina”.

O ULTIMĂ INSERȚIE PUBLICITARĂ ȘI PE CURÂND.

UN BĂRBAT SINGUR STĂ PE JOS, ÎNTR-UN APARTAMENT NEMOBILAT.

FLASHBACK AU RALENTI (ALB-NEGRU): SE VĂD PORTĂREII CARE AU VENIT SĂ-I IA TOT CE AVEA. SE VEDE O SCENĂ DE MENAJ, CU EL ȘI SOȚIA, CARE PLEACĂ TRÂNTIND UȘA. SE ÎNȚELEGE CĂ EL NU MAI ARE NIMIC.

BRUSC, CAMERA SE ÎNTOARCE SPRE EL, CARE ARUNCĂ O PRIVIRE DISPERATĂ ÎN OBIECTIV.

O VOCE DIN OFF ÎL ÎNTREABĂ: „V-A PĂRĂSIT SOȚIA? NU MAI AVEȚI NICI UN EURO? SUNTEȚI NASOL ȘI TÂMPIT? SE POATE ARANJA TOTUL CÂT AI CLIPI”.

BĂRBATUL ESTE INTERESAT DE VOCEA PE CARE A AUZIT-O. DĂ DIN CAP CU UN AER DEPRIMAT. BRUSC, ÎȘI SCOATE DIN BUZUNAR UN REVOLVER ȘI ÎI ÎNDREAPTĂ ȚEAVA SPRE FRUNTE.

VOCEA DIN OFF CONTINUĂ: „A MURI ÎNSEAMNĂ A FI LIBER CA ÎNAINTE DE A TE FI NĂSCUT”.

OMUL ÎȘI TRAGE UN GLONȚ ÎN CAP. CRANIUL I SE FACE ȚĂNDĂRI, CREIERII I SE ÎNTIND PE PEREȚI. DAR NU E MORT DE-A-BINELEA. LUNGIT PE JOS, TREMURĂ, CU FAȚA ACOPERITĂ DE SÂNGE. CAMERA SE APROPIE DE GURA LUI. EL MURMURĂ:

— MULȚUMESC, MOARTE”.

APOI, ÎNCETEAZĂ SĂ SE MAI MIȘTE, CU OCHII DESCHIȘI, AȚINTIȚI ÎN TAVAN.

VOCEA DIN OFF TRAGE CONCLUZIA, PE UN TON COMPLICE: „FII PER TU CU MOARTEA: PIERI TU! SINUCIDEREA ÎȚI PERMITE SĂ PUI CAPĂT VIEȚII ȘI NUMEROASELOR EI GRIJI!”

SLOGANUL CU LOGO-UL FFSL:

„GATA CUI BĂTAIA DE CAP: MOARTEA ESTE UN REZULTAT”.

URMAT DE MENȚIUNEA LEGALĂ:

„ACEST MESAJ V-A FOST OFERIT DE FEDERAȚIA FRANCEZĂ PENTRU O SINUCIDERE LINIȘTITĂ (FFSL)”.

ALTE SLOGANURI POSIBILE:

„MOARTEA E LA MODĂ”

„NICI O VIAȚĂ, MOARTEA MAI ÎNTÂI”

„VIAȚA? LAS-O PRIETENILOR”

• VI •
Ei •

„Am zis: „Nu, n-or să mai fie locuri minunate unde să mă duc după ce o să-mi termin studiile și așa mai departe. Cască-ți urechile. O să fie absolut altfel. Tre' să cobor cu liftul, cu tot cu valize. Tre' să dau telefon la toată lumea, să le zic la revedere și să le trimit vederi din hotelurile în care o să stau și așa mai departe. Și o să lucrez într-un birou, o să câștig parale căcălău, o să merg la muncă cu taxiul sau chiar o să iau autobuzul de pe Madison Avenue, și-o să citesc ziarele, și-o să-mi omor timpul la bridge, și-o să merg la cinema, să văd o groază de scurt-metraje tâmpite și „În curând pe acest ecran” și „Actualitățile”. Actualitățile. Băga-mi-aș picioarele. Au întotdeauna o cursă de cai cretina, și o tipă care sparge o sticlă de un vapor, și un cimpanzeu înțolit cu nădragi, călare pe o bicicletă. N-o să mai fie deloc la fel. Pricepi ce vreau să-ți spun”.

J. D. Salinger, De veghe în lanul de secară, 1951

▫ 1 ▫

N-au murit: sunt pe o insulă. Respiră și se hârjonesc. Marc Marronnier și Sophie sunt caraghioși și îi doare în cot de asta. Bucuria e cea care trebuie blamata, ea e de vină. Trăiesc în apă. Până la urmă, ajung să se iubească, pentru că, tot făcând dragoste, încep să pună și sentiment. Au plecat din Senegal pentru o cabană mică, fără televizor, fără radio și fără nimeni altcineva decât ei înșiși. Pun la fript peste cumpărat de la pescarii din sat și îl mănâncă alături de orezul cu cocos, abțiguindu-se cu ti[110] punch, sub norii alburii. În Senegal n-au dat peste nimeni pe plajă, cu

excepția unui american drăguț. Fac foarte bine, mersi, au fugit, au câștigat. Fac haz pe șest. Americanul e ăla care i-a omorât.

Tinerii care dau foc mașinilor au înțeles perfect societatea. Ei nu le dau foc pentru că nu le pot avea, ci pentru ca să nu le vrea.

Ce adorabili sunt. Marc și Sophie își merita prenumele de sitcom.

Ghost Island, în arhipelagul Cayman. Cum au aterizat aici? Americanul se numea Mike, dar numele lui n-are importanță, de altfel, asta e o identitate falsă. Cu chipul său brăzdat, semăna cu poza lui Peter Beard. S-a prezentat ca fost agent FBI ieșit la pensie. S-au împrietenit cu el pe plaja Savana din Saly. După câteva chiolhanuri, i-au povestit situația lor: deturnările de fonduri ale lui Marc, concedierea sa apropiată, sarcina Sophiei, dorința lor de a lăsa totul baltă. Mike le-a propus un târg: să dispară pentru totdeauna. Să fie considerați morți, pentru ca să poată fugi. El cunoștea bine procedura, deoarece o folosise deseori în anii când, fiind în FBI, răspundea de programul de reconversie a „pocăiților" din Mafia. Toată experiența profesională îi folosise pentru ca să ascundă foști criminali, pentru ca să le reconstruiască noi chipuri, pentru ca să le schimbe identitatea și să-i trimită într-un loc ținut secret. Acum, găsise un truc pentru a-și rotunji binișor câștigurile: își punea arta în slujba particularilor. N-a pus decât o condiție: nu trebuiau să se mai întoarcă niciodată acasă. Pentru a-i ucide pe Marc și Sophie, n-a avut nevoie decât de un mini-Polaroid, de pașapoarte US adevărate, de o groază de stampile oficiale, și, astfel, Marc și Sophie au devenit Patrick și Caroline Burnham.

La un moment dat, când le spui oamenilor că viața lor n-are nici un sens, devin complet nebuni, aleargă în toate

părțile urlând, nu reușesc să accepte ca existența lor nu are scop; când se gândesc la asta, li se pare destul de inadmisibil să-și spună că nu sunt aici pentru nimic anume, doar pentru a muri și gata, nu-i de mirare că toată lumea de pe fața pământului o ia razna.

Ce este fericirea? Este nisipul alb, cerul albastru, apa sărată. „Apa, Aer, Viața”, cum zicea Perrier. Fericirea înseamnă să intri într-un afiș Perrier, să devii o reclamă pentru Pacific, cu faimoasa urmă de picior gol ieșit din mare, care se evapora imediat de pe pontonul fierbinte. Marc și Sophie fabricau reclame; astăzi, Patrick și Caroline au devenit o reclamă. Au ales să-și încheie viața întruna dintre creațiile lor, să semene cu un stereotip bronzat, cu o copertă de *Voici*, cu o campanie Maigrelette, stând pe o verandă de tec, profilată pe un fundal exotic, aidoma unui anunț al Clubului Med, cu frumoasa lui prezentare grafică și cu un chenar alb de jur împrejur.

▫ 2 ▫

Script:

PATRICK ESTE ÎNCĂ TÂNĂR ȘI FRUMOS. CONDUCE, PE MARE, O BARCĂ CU MOTOR. ROLUL SĂU VA PUTEA FI INTERPRETAT DE MARC MARRONNIER. EL SARE DIN BARCĂ, DIN MERS, ȘI ÎNOATĂ PÂNĂ LA PLAJĂ. O FEMEIE ÎNCÂTĂTOARE ÎI IESE ÎN CALE CU UN BEBELUȘ FRUMOS ȘI ZÂMBITOR ÎN BRAȚE. EL ALEARGĂ SPRE EA. MUZICĂ EMOȚIONANTĂ DE GABRIEL YARED. ROLUL FETEI VA PUTEA FI INTERPRETAT DE SOPHIE, FOSTA LUI OCTAVE. SE STRÂNG UNUL ÎN ALTUL, RIDICÂNDU-ȘI COPILUL SPRE CERUL IMACULAT. ÎN ACEL MOMENT, TRECE UN HIDROAVION PE DEASUPRA LOCULUI. CONTRAPLAN PE CHIPURILE LOR, CU OCHII LĂRGINDU-LI-SE DE UIMIRE. COPILAȘUL IZBUCNEȘTE ÎN RÂS. REVENIREA LA AVIONUL

CARE SE DOVEDEȘTE A FI UN CANADAIR ȘI ÎNȚELEGI DE CE LI S-AU LUMINAT FEȚELE: AVIONUL VIREAZĂ PE O ARIPĂ ȘI ARUNCĂ ASUPRA LOR CINCIZECI DE TONE DE CONFETTI MULTICOLORE. MUZICA INVADEAZĂ SPAȚIUL (DE MONTAT SUNETUL LA POST-PROD.). RALENTI, TRAVELLING ÎNAPOI PE PLAJĂ, APOI PLAN SECVENȚĂ ÎN PLONJEU Ŕ LA LOUMA. SPECTATORUL TREBUIE SĂ-ȘI PLÂNGĂ TOATE LACRIMILE DIN EL, VIZIONÂND ACEST MOMENT DE PURĂ FRUMUSEȚE: CUPLUL UNIT, DECORUL PERFECT, BEBELUȘUL INOCENT, PLOAIA DE CONFETTI ROȘII, ALBASTRE, GALBENE, VERZI ȘI ALBE. SE VEDE CĂ EI SE AFLĂ PE O INSULĂ PUSTIE, ÎNCONJURAȚI DE COCOTIERI ȘI DE NISIP ALB.

SLOGAN la alegere:

FERICIREA ESTE EȘECUL NEFERICIRII.

FERICIREA NU TE FACE NEFERICIT.

FERICIREA NU-I APARȚINE DOAR LUI NESTLÉ.

A FI FERICIT ÎNSEAMNĂ MAI BINE DECÂT NIMIC, FERICIREA ÎNSEAMNĂ MAI MULT DECÂT BINE.

▫ 3 ▫

Cât sunt de perfecți. Se iubesc pe o insulă plată și privată, din arhipelagul Caiman. Ghost Island nu figurează pe nici o hartă geografică. Aici, își petrec zilele privind cerul și marea și un copil care zâmbește privind cerul și pe maică-sa. Arborii nu au marca: nu exista logo-ul „cocotier” lipit de ei. Caroline și Patrick au găsit o portiță de ieșire: ascultând tăcerea, de preferință lungiți într-un hamac.

— Nu eu mă ocup de fiica mea, spune Caroline, fiica mea se ocupa de mine.

Ei au încredere în această lume, deoarece cred că eu ieșit din ea. Lucrurile acestei lumi sunt mai puțin dure decât viața din această lume. Ei știu, în sfârșit, ce înseamnă

a iubi. Își privesc fiica, se privesc unul pe celălalt, apoi reîncep, la nesfârșit. Bebelușul contempla pelicanii. N-au nimic altceva de făcut, timp de ore, zile, săptămâni.

Să-i apuce naibii torticolisul și mai multe nu, iar toți aceia care n-au cunoscut așa ceva sunt foarte de plâns.

— *Am plecat pentru că am făcut de toate.*

— *Ce zici?*

— *Am plecat pentru că mă sufocam.*

Undeva, în apele Caraibelor, între Cuba și Honduras, Dumnezeu a presărat insulele Cayman. Aici aterizezi cu avioane mici. Pista aeroportului din Little Cayman traversează singurul și unicul drum din insula. Satul număra 110 locuitori, fără să pui la socoteală iguanele. În Grand Cayman se număra 600 de stabilimente financiare având conturi cu numere. Insulele Cayman sunt o colonie britanică dotată cu un guvern independent și cu 35.000 de întreprinderi off-shore, înscrise în registrul comerțului de aici. Pentru a ajunge în Ghost Island, trebuie să te îmbraci pe un taxi-piroga secret (i-a însoțit Mike).

Se vor simți bine aici. De altfel, simt deja un miros frumos: nucă de cocos, rom vanilie, miere, mirodenii, aer salin, Obsession de Calvin Klein, iarba de fumat și ploi la sfârșitul zilei. Mirosuri de flori și de sudoare.

— Îți beau gura, îți ling dintii, îți sug limba. Îți aspir suspinele și își înghit țipetele.

Mike a organizat totul, contra sumei de un milion de euro bani gheață: repatrierea la Paris a cenușii false, e-mail-ul de adio al Sophiei, virarea fondurilor recuperate din Elveția... El avea obiceiul să-și trimită clienții la Escape Complex Castańeda, hotelul unde este vreme frumoasă tot anul. Un ansamblu de bungalouri din palisandru, filao și tec, în mijlocul unei păduri de ibiscus și arbori de fistic.

S-au instalat într-o căsuță mică, de stuf, o colibă pe stâlpi deasupra unei lagune cu ape ca cerul. În fiecare seară, se întâlnesc cu ceilalți falși răposați de pe insula: cântăreții Claude François (62 de ani) și Elvis Presley (66 de ani) îl asculta pe micul Kurt Cobain (34 de ani) compunând cântece country împreuna cu Jimi Hendrix (59 de ani); fostul Prim-ministru Pierre Bérégovoy (76 de ani) stă la taclale cu François de Grossouvre (81 de ani); scriitorul Romain Gary (87 de ani) se preumbla mâna în mâna cu soția lui, Jean Seberg (63 de ani); publicitarul Philippe Michel (61 de ani) joacă tenis cu Michel Berger (54 de ani); Armând de Rosnay (55 de ani) îi dă lecții de windsurf lui Alain Colas (58 de ani); John-John Kennedy (41 de ani), se plimba braț la braț cu tatăl său, John Fitzgerald Kennedy (84 de ani) și cu actrița Marilyn Monroe (75 de ani).

În timp ce briza ușoară transforma palmierii în evantaie uriașe, Patrick și Caroline beau o oranjadă cu Serge Gainsbourg (73 de ani) și Antoine Blondin (79 de ani), care trăiesc în cealaltă parte a insulei, într-o colibă de bambus acoperită cu frunze de palmier, împreuna cu Klaus Kinski (75 de ani) și Charles Bukowski (81 de ani). Cofondatorul (alături de Pablo Escobar, astăzi decedat) al Complexului Escape, care îi poartă numele, scriitorul psihedelic Carlos Castañeda (cam 61 de ani) își bagă pe sub nas niște peyotl[111], împreună cu Jean Eustache (63 de ani), în timp ce consulta plus-valorile bursiere ale capitalului din Ghost Island. Insula secretă este autofinanțată, efectiv, din dobânzile capitalurilor vărsate de toți locuitorii (biletul de intrare fiind fixat la 3 milioane de dolari). O echipă de medici transgenici și de chirurgi bionici se descurcă pentru a prelungi până pe la 120 de ani viața tuturor insularilor. Toți locuitorii din Ghost sunt decedați oficial în ochii lumii (Cu trei excepții: Paul McCartney (cel adevărat) și Guy

Bedos (cel haios) locuiesc de zece ani pe Ghost island și sunt înlocuiți de sosii în „lumea reală”, ca și romancierul britanic Salman Rushdie), dar asta nu e un motiv pentru ca să se neglijeze: operațiile plastice, liftingurile, implanturile și injecțiile cu silicon sunt gratuite, ca și tot restul de altfel. De aceea, Romy Schneider nu-și arată deloc cei 63 de ani, atunci când discuta despre cimilitograf cu Maurice Ronet, colegul ei din *La Piscine* care are 74, sau glumește cu Coluche, în vârsta de 57 de ani.

Mai sunt și Diana Spencer, cu Dody Al-Fayed, în vârstă de 40, respectiv 46 de ani.

Își duc zilele în liniște la acest azil pentru milionari, unde televizorul, telefonul. Internetul și orice alt mijloc de comunicare cu exteriorul sunt categoric interzise. Numai cărțile și discurile numerice sunt autorizate: în fiecare lună, ecranele cu plasma instalate în bungalouri sunt *teleîncarcate* (uploadate) automat cu 10.000 dintre principalele noutăți mondiale din domeniul literar, muzical și cinematografic. Copii prostituați de ambe sexe (închiriați cu anul) îi satisfac fiecărui insular bărbat sau femeie până și cele mai mici dorințe erotice.

Da. Dacă stai să te gândești două minute la ceea ce vor ei să ne bage pe gât, cum că nu exista nimic altceva și că suntem aici din întâmplare, este o ticneala aproape la fel de mare ca și dumnezeul bărbos înconjurat de îngeri cu care ne-au procopsit, iar a crede în potop, arca lui Noe, Adam și Eva, e la fel de absurd ca și a crede în big bang și dinozauri.

Patrick și Carolina beau în fata marii turcoaz. Sorb un suc de ananas sub lianele manglierilor, în mijlocul fluturilor mari ca pe mâna. În fiecare dimineață, pe prețul de la ușa colibei lor sunt depuse, într-o frumoasă valijoara Hermès, toate drogurile din lume. Dar nu le consuma întotdeauna; li se poate întâmpla să stea chiar mai multe

zile fără să se îndese cu prafuri, să facă partuze ori să-și tortureze sclavii. Caroline a născut în ultramoderna clinica din Ghost Island, botezată „Spitalul Hemingway” (parcă făcându-i cu ochiul scriitorului decedat chipurile în 1954, prin Kenya).

În curând, țările vor fi înlocuite cu întreprinderile. Nu vom mai fi cetățeni ai unei națiuni, ci vom locui în mărci: vom trăi în Microsoftia sau McDonaldlanda; vom fi Clavin Kleinieni ori Pradani.

Sunt îmbrăcați în în natural. S-au descotorosit de moarte, deci de timp. Nimeni, din restul lumii, nu mai mizează pe ei. Prin urmare, își fac ucenicia libertății, ca și Iisus Hristos, după ieșirea din mormânt, la trei zile după Patimi, când a trebuit să admită că până și moartea este efemeră, iar îndelung durează numai Raiul. Se uita la fiica lor care gângurește aiurea, fără să ia în seama păunii. Caroline este frumoasă, prin urmare Patrick este fericit. Patrick este fericit, prin urmare Caroline este frumoasă. O eternitate în ritmul valurilor sparte de țărm. Mănâncă bichiques (pește la grătar, care are gust bun), acra[112] de morun și languste cu vanilie, printre florile albe și roșii de Canna Indica. Singura lor îmbrăcăminte? Cămașa desfăcută, cu șorțul de surf. Principala lor grijă? Să nu-și ardă prea tare tălpile pe nisipul alb. Preocuparea lor de moment? Să facă un duș, ca să-și îndepărteze sarea de pe piele. Unica lor angoasa? Să fie atenți în timpul scăldatului, pentru că există curenți care i-ar putea duce în larg și omorî de-adevăratelea.

▫ 4 ▫

Când au intrat în boxa acuzaților, președintele tribunalului i-a spus sălii să se așeze, iar lui Charlie și lui Octave să se ridice, însă ei și-au plecat capul. Polițiștii de

gardă le-au scos cătușele. Te-ai fi crezut într-o biserică: coduri, ritualuri solemne, robe, nu e mare diferență între un proces la Palatul de Justiție și o slujbă la Notre-Dame. Cu o singură excepție: aici nu li se va acorda iertarea. Octave și Charlie nu erau mândri, ci fericiți pentru că Tamara scăpase cu fața curată. Procesul fiind public, toți cei din profesia lor erau prezenți la curtea cu juri: aceiași care fuseseră și la înmormântarea lui Marronnier. Din spatele geamului murdar al boxei puteau să-i vadă și să înțeleagă că totul avea să continue fără ei. Au luat zece ani, dar n-au de ce să se plângă (noroc că justiția franceză a refuzat să-i extrădeze: dacă ar fi fost judecați în America, ar fi fost prăjiți ca niște cârnați puși pe un grătar dintr-un film Herța).

... MICROSOFT. PÂNĂ UNDE AI DE GÂND SĂ AJUNGI? Zâmbesc când văd asta la televizorul suspendat de plafonul celulei mele. Acum toate astea sunt atât de departe. Ei continuă ca și înainte. Vor continua mult timp. Ei cânta, râd, dansează cu hohote. Fără mine. Eu tușesc tot timpul. M-am procopsit cu o tuberculoză. (Boala este în plină recrudescenta, mai ales în mediile carcerale).

Totul este provizoriu și totul se cumpără, în afară de Octave. Căci aici, în închisoarea mea împuțită, m-am răscumpărat[113]. Mi s-a permis (contra câtorva gologani) să privesc la televizor, în celulă. Oameni care mănâncă. Oameni care consumă lucruri. Oameni care conduc mașini. Oameni care iubesc. Oameni care se trag în poză. Oameni care călătoresc. Oameni care cred că totul este încă posibil. Oameni care sunt fericiți, dar nu profita de acest lucru. Oameni care sunt nefericiți, dar care nu fac nimic pentru a remedia acest lucru. Toate acele chestii pe care oamenii le născocesc pentru a nu fi singuri. „Oamenii fericiți mă fac să borăsc”, zice. Grăsanul Scârbos de Reiser (Reiser, Jean Marc (1941-1983) – desenator umoristic francez). Oamenii

fericiți (de exemplu, tipul ăla cu ochelari, pe care îl văd de la fereastra pușcăriei, într-o stație de autobuz, și care ține mâna unei roșcovane dulci între mâinile sale, sub burnița), acei „happy few”, zic eu, nu mă fac să borăsc, ci să plâng de furie, de gelozie, de admirație, de neputință.

Mi-o imaginez pe Sophie în bătaia lunii, cu rouă pe sâni, și pe Marc dezmierdându-i încheietura cotului, în locul acela atât de fin încât devine translucid, în ciuda bronzului. Stelele se reflecta pe umerii ei jilavi. Într-o zi, după ce o să crăp, o să mă duc după ei, departe, foarte departe, pe o insulă, ca să-mi slobozesc sperma din gland pe limba mamei copilului meu. Iar când soarele va apune după orizont, am să văd toate astea. Le văd deja într-o reproducere a unui tablou de Gauguin, din fundul celulei mele care trăsnește a pișat. Nu știu de ce am decupat tabloul acesta, *La Pirogue*, dintr-o revistă și mi l-am pus deasupra culcușului. Mă obsedează. Eu crezusem că mi-era frică de moarte și, când colo, mi-era frică de viață.

Ăștia vor să mă despartă de fiica mea. Au făcut totul pentru ca să nu-ți văd ochii tăi atât de mari. Între două accese de tuse, am timp berechet să mi-i imaginez. Două rotocoale mari și negre care descoperă viața. Sadicii ăștia difuzează la televizor reclama Évian, cu bebelușii care se cred Esther Williams[114]: înoată sincronizați pe melodia „By-Bye, Baby”. Îmi omoară plămânii ofiliți. Doi ochi sclipitori în mijlocul unui cap roz. Ăștia mă împiedica să mă bucur de ea. De gura ei între doi obraji rotunzi. De mâinile minuscule agățate de bărbia mea, care tremura. Mă împiedica să-i adulmec gâtul cu miros de lapte. Să-mi bag nasul după urechile ei. Nu m-am lăsat să te șterg de caca. Nu m-au lăsat să-ți usuc lacrimile. Nu m-au lăsat să-ți urez bun-venit. Omorându-se, ea mi te-a asasinat.

M-au lipsit de fiica mea care doarme ghemuita și se zgârie pe obraji, respira iute și, apoi, casca nițel și începe să respire mai lent, cu mini-coatele și cu genunchii miniaturali adunați sub ea, bebelușul meu cu genele lungi și întoarse ca ale unei vampe, cu gura ca rodia și cu chipul pal, lolita ale cărei vinișoare de sânge se văd prin pielea tâmplelor și a pleoapelor, ăștia m-au împiedicat să-i cunosc râsul care o cuprinde când îi gâdili nasul, urechile sidefii ca niște scoici, mi-au interzis să aflu că Chloë mă așteaptă la celălalt capăt al filmului. Dar dacă ea era aceea pe care o căutam când alergam după toate fetele astea? Ceafa acoperită cu puf, ochii negri și pătrunzători, sprâncenele desenate, trăsăturile delicate, le-am iubit atât de mult la celelalte fete tocmai pentru că mi-o vesteau pe a mea. Dacă îmi plăcea atât de mult cașmirul, asta era pentru ca să mă obișnuiesc cu pielea ta. Dacă ieșeam seara de seară, asta era pentru ca să mă obișnuiesc cu orarul tău.

Eh! Și dacă în realitate nu eu aș fi la închisoare, ci mi-ar lua locul sosia mea, vagabondul, *homeless*-ul de pe stradă; dacă el ar fi cel ce zace în celula asta de rahat, în timp ce eu aș fi plecat, mă înțelegeți, PLECAT. Mi-aș schimba locul cu el și s-ar putea socoti fericit: ar avea casa și masa, în timp ce eu aș fi liber, la celălalt capăt al lumii. Toată lumea ar ieși în câștig. Dar mi-a plecat mintea cu sorcova. Am plămânii distruși.

Mi-am terminat cartea, care costă 199900 de lei. E o tâmpenie, dar tocmai am găsit cel mai bun slogan pentru Maigrelette: „NU FI FRUMOS ȘI TÂMPIT ÎN ACELAȘI TIMP”. Era deajuns să răscumpăr drepturile audio ale șansonetei lui Jacques Brel și să introduc pasajul în care behăi el „FRUMOS ȘI TÂMPIT ÎN ACELAȘI TIMP”. Lipindu-l după vocea din off, ar ieși: „MAIGRELETTE. NU FIȚI... FRUMOS ȘI TÂMPIT ÎN ACELAȘI TIMP”. Ar fi rupere, nu alta. Mai mare păcatul.

Cu drugii din fața ei, mica fereastră a celulei mele seamănă cu un cod de bare.

La televizor, ăștia retransmit concertul grupului Enfoires: Jean-Jacques Goldman, François Cabrel, Zazie și ceilalți reiau în cor: „Să mergem dincolo de zare! Acolo, pe tărâmul minunat, /Urâtul, poleit de soare, /Pare mai ușor de îndurat”.

Și toți asasinii ăștia, care urla toată ziua la etaj, care gem, care scâncesc, până la urmă îmi distrug moralul. Nici nu le trebuia să se gândească de două ori, că-i și luau omului gâtul. Pe Charlie l-au găsit ieri într-o baltă de sânge, își tăiase venele cu o cutie de sardele Saupiquet. Nebunul ăsta a făcut pe dracu-n patru și și-a filmat faptă cu un webcam clandestin, după care a retransmis-o pe Net în direct live. Esențialul e că n-au găsit-o pe Tamara, sunt mulțumit că n-au pus laba pe ea, altfel s-ar fi ales-bules de toate.

Și eu, în celula mea VIP (sunt absolut singur, am televizor și cărți, merge, ca să zic așa, chiar dacă pute a pișat și-mi scuip bojocii), am lipit cu scotch, pe perete, *Piroga* lui Gauguin, tablou care datează din 1896. Face parte din colecția lui Serghei sciukin, expusă la Emitajul din Leningrad. Tușesc, cât e ziua de lungă, în fața acestei imagini: un bărbat, femeia lui, copilul lor, tolăniți în liniște, alături de piroga lor, pe o plajă polineziană.

Întruna din ultimele scrisori din viața lui, Gauguin a scris: „Sunt un sălbatic”.

Este deajuns să mă gândesc că nu sunt închis, ci eliberat de lume. Și călugării trăiesc în celule.

Privesc *Piroga*, această scenă idilică, acest cuplu și copilașul lor; în fundal, Gauguin a pictat un asfințit de soare de un roșu viu, parcă ar fi o ciupercă atomică, iar eu înot spre ei, sar în piroga, mă duc după ei, în insula, mă vor

iubi, fac mișcări de crawl către plajă, dau de pesti-luna, calcanii îmi mângâie palmele: îi voi găsi, vom face dragoste cu toții, împreuna, Tamara cu Sophie, Duler cu Marronnier, voi trece peste toate, ei au scăpat de societate, o să formăm cu toții o familie nouă, o să regulăm în patru, eu o să-i mănânc picioarele lui Chloë, atât de mică încât încape într-o singură mâna, ai să vezi, o să-i găsesc în insula fantomă, să credeți chestia asta, da, e clar că mi s-au ars siguranțele, și înot pe sub apă, sunt gata să mă înec, mă simt atât de bine, iar asfințitul lui Gauguin chiar că seamănă cu o explozie nucleară.

▫ 5 ▫

Pe Ghost Island au trecut câteva luni. Li s-a făcut lehamite să tot fie morți. Urâtul poleit de soare li se pare mai greu de îndurat. Suferă de hiper-nutritie. Vegetează în mijlocul vegetalelor. Când sunt în formă, se amesteca printre ciorchinii umani: River Phoenix este supt de Caroline, în timp ce Patrick îl sodomizează pe Ayrton Senna; toată această mică omenire se regulează, se sodomizează, se dă muie, linge spermă, își lustruiește clitorisul, *pune botul* (suge pula), ejaculează pe fete, și-o potrivește în fofoloanca, își biciuiește sânii, se pișa pe toți, își dă limbi și își trage labe într-o veselie plină de relaxare.

Dar, după o vreme, i se face lehamite de bairamuri în tânspe. Atunci, te perfecționezi la tenis, faci pescuit subacvatic în largul atolului, un tur Riva prin golf, ping-pong sub o umbrelă de soare uriașă, partide de biliard în costume strâng, bătăi cu Dom Perignon și, uite, nu mai departe decât seara asta. Caroline i-a călcat tea-shirturile lui Patrick cu mâna ei, iar el era ud tot de emoție ca ea a cerut o scândura de călcat, în loc să le sune pe cameriste, nici nu-și putea închipui că o să fie atât de înduioșat,

cunoscând din nou toată această simplitate. Deseori, ei se relaxează în incinte de izolare senzorială sau pe saltele cu apa efervescentă, între două masaje aromaterapice și ședințele de shiatsu.

Nici o alternativă la lumea actuală.

Azur, azur, azur, azur, ei înghit o supradoză de azur, fac o indigestie de rai stând tolăniți pe șezlonguri sau în fotoliile din ramuri de palmier gen *Emanuelle* ce înțeapă fesele, pe marginea unei piscine unde se bălăcesc Mona, Tania și Lolă, nimfetele remunerate ale căror orificii rase sunt împărțite de trei efebi imberbi și molâi. Sunt pântecoși. S-au îndopat prea rău, burta le atârna peste bermudele care se păstrează în gardă. Burdihanul îi dă de gol ca profitori. Priviți-i pe imbecilii ăștia fericiți, pe care lașitatea i-a făcut alcoolici: un strat gros de grăsime le acoperă trăsăturile satisfăcute. Dansează lambada în deplină libertate. Au fugit de oameni, mai puțin importanți pentru ei decât florile și râurile care se varsa în mare. Ascultă reggae californian. Sunt ghiftuiți cu trufe și caviar. Grași că bebelușul lor, Caroline îngrijește copilul, Patrick face grădinăria, bebelușul gângurește. Fericirea te face mahmur.

În 1998, fiecare familie franceză a cheltuit în medie 640 de franci pe săptămână pentru hrană. Coca-Cola vinde un milion de doze pe oră, în toată lumea. În Europa, sunt douăzeci de milioane de șomeri.

Ei ar vrea ziare, televizor, agitație: n-au decât moleșeala călduță a zilelor care seamănă între ele.

În lume, Barbie vinde doua păpuși pe secundă. 2,8 miliarde de locuitori ai planetei trăiesc cu mai puțin de doi dolari pe zi. 70% dintre locuitorii planetei nu au telefon și 50% nu au electricitate. Bugetul mondial al cheltuielilor militare depășește 4.000 de miliarde de dolari, adică de

două ori totalul datoriei externe a țărilor în curs de dezvoltare.

Caroline începe să considere că e oribil să-și crească fiica în mijlocul acestei secte blazate.

— N-o să poată pleca de aici niciodată? Are nevoie de poluare, de zgomot, de țevi de eșapament!

Patrick sta deprimat în păduricea de bambuși. Nici măcar clipocitul valurilor nu mai leagănă pe nimeni. Orele alunecă peste ei. Se matolesc cu cocktailuri multicolore, îi doare țeasta tot timpul. Vântul sărat le da migrene. Marea sclipitoare se repeta. Oceanul îi prostește.

Averea personală a lui Bill Gates este echivalentă cu PIB-ul Portugaliei. Cea a Claudiei Schiffer este estimată la peste 30 de milioane de euro. 250 de milioane de copii, din lume, muncesc pentru câteva centime pe oră.

Să ne întoarcem, să ne întoarcem acolo! Simt ca păsările au migrenă... Patrick are idei pentru afișe, e cu capul plin de concepte și toate astea îi defilează și-i tot defilează prin fața ochilor; el își amintește. PENTRU TIPI CARE IUBESC TIPII CARE IUBESC CURVELE CARE IUBESC DROGURILE CARE IUBESC GOLOGANII.

Nici o alternativă la lumea actuală.

Se căsătoresc, divorțează, se recăsătoresc, fac copii, nu se ocupa de ei, dar îi cresc pe ai altora; iar alții îi cresc pe ai lor. *În fiecare zi, cele mai mari 200 de averi din lume cresc cu 500 de dolari pe secundă.* Zorii sunt un asfințit văzut de-a-ndoaselea. Crepusculul este o aurora rebobinată. În ambele cazuri culoarea este roșie și totul durează prea mult. *Se estimează că 25% din toate speciile animale ar putea dispărea de pe fața pământului înainte de 2025.* La sfârșitul basmelor, citești mereu aceeași formulă: „Au trăit fericiți și au avut mulți copii”. Punct. Niciodată nu ni se spune ce se întâmpla după: Făt-Frumos nu este tatăl

copiilor săi, începe să tragă la măsea, apoi o părăsește pe prințesa pentru o femeie mai tânără, prințesa tot merge, de cincisprezece ani, la psihanalist, copiii se droghează, cel mare se sinucide. Mezinul se prostituează în grădinile de la Trocadéro.

Patrick și Caroline își petrec zilele așteptând seara, iar nopțile așteptând dimineața. În curând nu vor mai face dragoste de plăcere, ci pentru ca să aibă liniște opt zile. Toate acele golfulețe cristaline, acele lagune înconjurate de o barieră de corali nu servesc decât pentru a-i zăvori în albastru. Cabana lor din piatră de coral și lemn de mangrove este încercuita mai ales de apă. Această insulă este un castel bântuit. Zile întregi tot rupând la petale de margareta: „te iubesc, deloc, nu mult, nu chiar așa, nu cine știe ce, mai puțin decât ieri, mai mult decât mâine”. *Sfârșitul lumii va avea loc peste cinci miliarde de ani, iar când Soarele va face explozie, Terra va arde ca un con de pin aflat în bătaia unui aruncător de flăcări.* Soarele se strecoară printre frunzele uscate ale palmierilor. Soarele este o numărătoare inversă de culoare galbenă. *Cifră de afaceri a lui General Motors (168 miliarde de dolari) este echivalentă cu PIB-ul Danemarcei.* Lună în plină zi, picioarele în apă, clipocitul potolit al valurilor, briza grețoasă, mirosul florilor de bougainvillées al buchetelor de jacaranda, te fac să-ți vină să vomiți[115] de flori puturoase ca un Stick-Up de la Air-wick.

▫ 6 ▫

Dar vine o zi când cerul se acoperă de nori; și iată că Patrick se lasă dus de curentul care îl poartă; se uita la coastă care se îndepărtează; departe, pe plajă, Caroline îl cheamă, dar el nu-i poate răspunde fiindcă are gura plină cu apă sărată; face pluta, târât în largul unei mari tot mai întunecate, de un albastru tot mai închis; să se lase dus; să

devină o bucată de lemn; o sticlă aruncată în mare, care nu conține nici un mesaj; deasupra lui, sunt păsări, iar dedesubtul lui sunt pești; întâlnește rechini de nisip, dorade, delfini; calcanii îi mângâie palmele; în creierul lui Patrick e învălmășeală; înoată pe sub apă; stă să se înece; se simte atât de bine; „și, de atunci, m-am scăldat în Poemul Mării” (Rimbaud); oricum, sunt deja mort și îngropat; risipiți-mă între două ape; deodată, începe să cadă ploaia unui duș arzător care îmi înțeapă fata; și soarele se înroșește; să nu mai trec printre picăturile de sticlă pisată; să nu mai conjug verbele, eu tu el noi voi ei; să devin infinitiv; ca într-un mod de întrebuințare sau într-o rețetă de bucătărie; să mă scufund; să traversez oglinda; să mă odihnesc, în sfârșit; să fac parte din elemente; ocruri curate cu raze purpurii; nimic nu exista înainte de big bang și nimic nu va dăinui după explozia soarelui; cerul devine roșu ca sângele; să beau lacrimi de rouă; sărea din ochii-ți înlăcrimați; albastrul lor cel riguros; să cad; să fac parte din mare; să devin extremitate; un minut fără să respir, apoi două, apoi trei; o oră fără să respir, apoi două, apoi trei; peste cinci miliarde de ani, marea dusă cu soarele; o noapte fără să respir, apoi două, apoi trei; să găsesc pacea; „ești mai frumos decât noaptea, răspunde-mi, tu, ocean, vrei să-mi fii frate?” (Lautréamont); să plutesc ca un nufăr la suprafață; să surfez peste hău; să rămân nemișcat; cu plămânii doldora de apă; suflet acvatic; să plec de-a binelea; cu cinci miliarde de ani înainte; nimic; cinci miliarde de ani după: nimic; omul este un accident în vidul intersideral; pentru a înceta să mori, e deajuns să încetezi să trăiești; să pierzi contactul; să devii un submarin nuclear ascuns pe fundul oceanelor; să nu mai ai deloc greutate; să te scalzi printre îngeri și sirene; să înoți în cor; să zbori în mare; totul s-a consumat; la început a fost Cuvântul; se spune că, în momentul morții, îți vezi viața trecându-ți prin față, însă el, Patrick, revede altceva.

TE
TRA
GRAM
MA
TON
יהוה
אדם
פחד
נשר

Notes

[←1]

engl. - farmec, vrajă - n.tr.

[←2]

Din lb. germană - individ aflat sub statutul de om, n.tr.

[←3]

engl. - şi eu, n.tr.

[←4]

scoala Superioară de Comerţ din Dijon, n.tr.

[←5]

(„Germania mai presus de toate”, „Un popor, un Reich, un Conducător ”, „Munca eliberează”, n.tr.

[←6]

derivat de la verbul fr. entrer - a intra. Infiltrare în diverse organizaţii, pentru a le deturna orientarea etc., n.tr.

[←7]

engl. - noutate de senzaţie publicată de un jurnal, n.tr.

[←8]

În orig.: tête de gondole. Joc de cuvinte intraductibil: se gondoler - a se prăpădi de râs; gondola - raft, n.tr.

[←9]

Joc de cuvinte intraductibil: tête de gondole - cap de raion, în supermarket.

[←10]

Unică propunere pentru vânzare, n.tr.

[←11]

Big Brother nu vă urmăreşte, ci vă testează, n.tr.

[←12]

Ţesătura de bumbac, ale cărei fire realizează un efect de carouri, n.tr. La Vichy a avut sediul guvernul francez pro-fascist din timpul ocupaţiei naziste. N.red.

[←13]

P. D. G. - Preşedinte director general, n.tr.

[←14]

engl. - fost, trecut, depăşit, n.tr.

[←15]

engl. - „butonare”, schimbarea canalelor la televizor, n.tr.

[←16]

Joc de cuvinte în orig.: camé (arg.fr.) - drogat; la Came (arg.) - cocaină, pudră, zăpada; lâcher sa came (arg.) - a ejacula, a vomita, n.tr.

[←17]

abreviere de la „Art Director”

[←18]

argo fr. - mârţoagă, scorpie, (fig.) ticălos, nemernic, scârnăvie. n. tr.

[←19]

engl. - Fă şi gata, n.tr.

[←20]

Şcoala Superioară de Publicitate, n.tr.

[←21]

Joc de cuvinte, enleves le bas (fr.) - a-ţi scoate dresul; bas (fr.) - jos, dar şi dres. N.red.

[←22]

Train de Grande Vitesse - tren de mare viteză, n.tr.

[←23]

engl - codiţe împletite, uneori, cu mărgele, constituind pieptănătura tradiţională a latino-americanilor, n.tr.

[←24]

În orig.: Tu souffres d'un manque de soufre (fr.) - Joc de cuvinte intraductibil. În alchimie, sulful e considerat ca o condensare a materiei foc; sentir le soufre (a mirosi a sulf) - a fi eretic, n.tr.

[←25]

regizoare germană care a făcut filme în perioada nazismului, n.tr.

[←26]

În orig.: Ta vie est sur des rails (fr.) - Joc de cuvinte intraductibil: rails - şine; raile (arg.) - doză de cocaină, n.tr.

[←27]

(În orig.: les Hauts de Hurlements - Joc de cuvinte: Hauts de Hurlevents - (Colinele unde urlă vântul) este titlul francez al romanului „La răscruce de vânturi” de Emily Brontë, n.tr.

[←28]

Parafraza a unui vers de Rimbaud: „Nu eşti serios când ai 17 ani ”, din poezia Roman. N. red.

[←29]

Fel de mâncare elveţiană: brânză, pusă la încălzit, care se răzuieşte şi se mănâncă pe măsură ce se înmoaie, n.tr.

[←30]

condiment dulce-acrişor din fructe sau legume fierte cu oţet, zahăr şi mirodenii, n.tr.

[←31]

SALOPE fr. - scorpie, ticăloasă, n. tr.

[←32]

Hier ist kein warum (germ.) - Aici nu există „de ce”, n.tr.

[←33]

Hârtie Kraft - hârtie foarte rezistentă, pentru ambalaje, n.tr.

[←34]

În orig.: con - tâmpit; descendent - coborâtor, în două cuvinte: con şi descendentă - pentru că el e în picioare şi tu aşezat n.tr.

[←35]

Lick me till I scream (engl.) - Linge-mă până ţip, n.tr.

[←36]

Call-back (engl.) - rechemare, n.tr.

[←37]

Bleu-Alb-Roşu - culorile drapelului francez; aici: neaoş, n.tr.

[←38]

În orig.: flipper (arg.fr.) - a delira sub influenţa drogurilor, n.tr.

[←39]

de la time (engl.) - a programa, a măsura (timpul), n.tr.

[←40]

de la to speed (engl.) - a grăbi, n.tr.

[←41]

de la to cut (engl.) - hiperconcis, n.tr.).

[←42]

de la to emphasize (engl.) - a pune accentul (pe), a scoate în evidenţă, n.tr.

[←43]

engl. - în toată lumea; mondial, n.tr.

[←44]

engl. - isteţ, drăguţ, nostim, n.tr.

[←45]

engl. - ieftin, lipsit de valoare, n.tr.

[←46]

Joc de cuvinte. Aluzie la produsul Maigrelette (Subţirică), n.tr.

[←47]

directorul de la relaţii umane, n.tr.

[←48]

În original: non boostée - termen, derivat din boost (arg. engl.) - a aprecia, a lăuda, aici: nemasluita, n.tr.)

[←49]

salariu minim interprofesional de creştere, echivalent cu salariul minim pe economie n.tr.

[←50]

sp. - diaree, n.tr.

[←51]

engl. - cârpeala, n.tr.

[←52]

care dă nume unui loc (de ex.: Atena este zeiţa eponimă a oraşului Atena), n.tr.

[←53]

engl. - spălarea creierului, n.tr.

[←54]

În original: descente de cé (arg. fr.) - drogare, n.tr.

[←55]

(Joc de cuvinte: décrocher - a (se) desprinde; a renunţa la droguri, dar şi a înceta orice activitate, accro - dependent n.tr.

[←56]

Societatea Franceză de Radio, companie telefonică franceză n.tr.

[←57]

În original: embellie (fr.) - acalmie, cer senin, joc de cuvinte (embellir - a înfrumuseţa), n.tr.

[←58]

Joc de cuvinte: poitrinaire - bolnav de piept, n.tr.

[←59]

Joc de cuvinte: grains de beaute (fr.) - aluniţe; (aici) grăunţe/prafuri de frumuseţe, n.tr.

[←60]

E atât de bine/S-o porneşti fără ţintă/Braţ la braţ/Cântând, n.tr.

[←61]

E ciudat/Nu ştiu ce e cu mine în seara asta/Te privesc ca şi cum ar fi prima oară/Nu mai ştiu cum să-ţi spun/Dar tu eşti această frumoasă poveste de dragoste pe care nu voi înceta niciodată s-o citesc/Tu eşti de ieri şi de mâine/dintotdeauna/Singurul meu adevăr", n.tr.

[←62]

Eşti visul meu interzis/Singurul meu chin şi unica mea speranţă, n.tr.

[←63]

lat. - Quod erat demonstrandum (Ceea ce era de demonstrat), n.tr.

[←64]

fr. - Stridii cu sos marinat, n. tr.

[←65]

Joc de cuvinte: Je bâtirai mon églogue - îmi voi înălţa égloga (poem pastoral). Corect: Je bâtirai mon église (îmi voi înălţa biserica), n.tr.

[←66]

arg. engl. - fufa, târfa, n.tr.

[←67]

engl. - chirurgie plastică, n.tr.

[←68]

engl. - Îl am pe Marronnier în creier, n.tr.

[←69]

engl. - fost, n.tr.

[←70]

shoot (engl.) - a fotografia, a filma, n.tr.

[←71]

engl. - cântător, descoperitor de talente, n.tr.

[←72]

engl. - a trage o bombă, n.tr.

[←73]

În original: Blesse notre coeur d'une langueur monotone. Corect: Blessent mon coeur/D'une langueur/Monotone - Îmi rănesc inima cu o melancolie monotonă (Vers din „Chanson d'automne” de Paul Verlaine, n.tr.

[←74]

Corect: grosso modo (lat. - în mare), merdo - derivat de la merde (arg.) - fecale, rahat, n.tr.

[←75]

operator şef, n.tr.

[←76]

engl. - Jucaţi un menaj în trei?, n.tr.

[←77]

Ne pas être un enfant de choeur - a nu avea scrupule, n.tr.

[←78]

engl. - este FAŢA noului secol, n.tr.

[←79]

Joc de cuvinte: hero (engl.) - erou, dar şi heroină (abrev.), n.tr.

[←80]

arg. engl. - homosexual travestit în femeie, n.tr.

[←81]

Mai puţine flori, mai multă putere, n.tr.

[←82]

Cele trei replici sunt o aluzie la conversaţia dintre Micul Prinţ (eroul lui Antoine de Saint-Exupéry) şi vulpea din deşert, n.tr.

[←83]

arg. am. - hrana „moartă”, nesănătoasă, cu multe calorii; junk-gunoi, n.tr.

[←84]

engl. - liber-profesionist (din presă, publicitate etc.), n.tr.

[←85]

Expresie hibridă, franco-italiană: Totul va merge bine, n.tr.

[←86]

Double Income No Kids - engl. - Venit dublu fără copii, n.tr.

[←87]

engl. - gunoi, murdărie, n.tr.

[←88]

engl. - e aşa de bună când îţi intră în gură, n.tr.

[←89]

germ. - Mica serenadă de W. A. Mozart, n.tr.

[←90]

engl. - adică, n.tr.

[←91]

V-AM SALVAT CURUL ÎN '44! SOŢUL MEU A MURIT ÎN NOR-FUTU-I-MANDIA!! [...] în ZIUA Z!!, n.tr.

[←92]

COCA-COLA E AIA CARE ŢI L-A OMORÂT PE BĂRBATU-TĂU!, n.tr.

[←93]

TU L-AI OMORÂT PE TAICĂ-MEU!, n.tr.

[←94]

engl. - plătit pentru vedere, n.tr.

[←95]

engl. - pasarelă, n.tr.

[←96]

engl. - ovaţie în picioare, n.tr.

[←97]

fr. - Eşti OK, Eşti mişto, Eşti modern (ă), n.tr.

[←98]

„Ici on va vous Rosser” (fr.) - aici o să vă cotonogim, n.tr.

[←99]

engl. - Experienţa din Preajma Vieţii, n.tr.

[←100]

fr. - ţânţar, n.tr.

[←101]

engl. - muc şi sfârc, n.tr.

[←102]

Cuvânt hibrid: über (germ.) - peste; fashion (engl.) - modă, modern, n.tr.

[←103]

Corect: exces (fr.) - exces, n.tr.)

[←104]

engl. - Punere sub acuzare de crimă cu premeditare de gradul I, n.tr.

[←105]

engl. - prăvălie „șmecheră” pentru cunoscători, n.tr.

[←106]

Ne commencez pas à piquer du nez (fr.) - Joc de cuvinte: piquer du nez - a coborî în picaj, dar şi a simţi înţepături în nas (din cauza răcelii), n.tr.

[←107]

engl. - Cuvânt compus din to star - a vedea stele, stele verzi, dar şi a fi vedeta; to shoot - a împuşca, o fotografia, dar şi a lua droguri, a avea un vis erotic, a ejacula, n.tr.

[←108]

Joc de cuvinte: beur (arg.fr.) - arab născut în Franţa din părinţi imigranţi - are pronunţia identică cu beurre - unt. Aluzie la faptul că bucătăria cu unt este cea mai savuroasă, n.tr.

[←109]

Iar câştigătorul este... Maigrelette-Nimfomana lui Rossery & Withcraft-Franta, n.tr.

[←110]

marijuana, n.tr.

[←111]

cactus mexican care conţine mescalina, alcaloid ce provoacă halucinaţii vizuale, n.tr.

[←112]

specialitate a bucătăriei creole: chiftea de morun sau de legume cu aluat de clătite, prăjită în ulei, n.tr.

[←113]

Joc de cuvinte: racheter (fr.) - a cumpăra (din nou): a răscumpăra, a elibera (pe bani), dar şi a-şi răscumpăra greşelile, a ispăşi, a se mântui, n.tr.

[←114]

renumită înotătoare şi vedetă de cinema americană, n.tr.

[←115]

Joc de cuvinte: gerber (fr.) - a face o jerbă, dar şi a vomita; a aresta; a da papucii, n.tr.